



Segmentación de mercado

1. ¿Para quién creamos valor?

Nuestro valor a la hora de elaborar nuestro proyecto es fundamentalmente el medio ambiente y todo lo que lo rodea para no perjudicarlo. En cuanto al producto elaborado que queremos crear es un valor cualitativo para la sociedad de fumadores. Con él no pretendemos que la gente deje de fumar, solo queremos que también el resto de las personas no fumadoras gocen de estancias naturales sin contaminación.

2. ¿Cuáles son los segmentos a los que vamos a atender?

Principalmente buscaremos clientes potenciales, es decir, clientes con gran poder de adquisición para una rápida diversificación y expansión de nuestro producto, así como industrias tabaqueras o subcontratas de estas a la hora de la manufacturación. Pensaremos en todo tipo de fumadores, así como en fumadores que prefieran adquirir los filtros por cuenta propia para la elaboración de cigarros con sus propios medios como fumadores que compran tabaco industrial ya preparado directamente para el consumo. A grandes rasgos acudiremos a un grupo en concreto de clientes, los fumadores y los encargados de su elaboración.

3. ¿Cuántos clientes podemos llegar a tener?

Nuestros clientes van a ser todos aquellos implicados de forma activa o pasiva dentro del segmento de mercado al que atendemos. Dentro de nuestro segmento de mercado hemos hallado un nicho, dicho nicho corresponde a la conservación del medio ambiente y de la naturaleza. Dentro de nuestro nicho focalizado queremos atender las necesidades básicas para que los clientes de nuestro producto tengan la facilidad de no contaminar con la máxima comodidad posible.



4. ¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?

Valoramos a todos nuestros clientes por igual y con cada uno de ellos tenemos una meta pendiente o un gesto que modifique en cierta medida nuestro comportamiento como empresa con el medio ambiente. Para aquellos consumidores intermediarios entre nuestro producto y el consumidor final tenemos una concienciación plena con la naturaleza con la utilización de materias primas ecológicas y la no contaminación activa en su fabricación. Para aquellos consumidores finales tenemos un claro objetivo, la concienciación de todos ellos para incorporar con pequeños gestos la manutención de la naturaleza. En el caso de aquellos fumadores que ya están concienciados supone un gesto gratificante para seguir con esa labor social.