

SEGMENTACIÓN DE CLIENTES

La **segmentación de clientes** es la base de una buena estrategia de marketing. Es muy importante no confundirla con la segmentación de mercado en la cual se diferencia en un aspecto fundamental: mientras que la segmentación de mercado trata de dividir un mercado en segmentos más pequeños de compradores que tienen diferentes necesidades, la segmentación de clientes se enfoca en la clasificación de los clientes que un negocio ya se tiene, es decir, consiste en clasificar a nuestros clientes en función de los servicios que ofrecemos.

En nuestro caso nuestra propuesta de valor iría dirigida a todas aquellas personas que poseen animales o mascotas.

Nuestros clientes más importantes serán aquellos que deseen ofrecer todo tipo de comodidades y servicios a sus mascotas, ya que nosotros podremos satisfacer cualquier tipo de necesidades que ellos deseen.

La empresa puede optar a dos tipos de mercado en función del público al que se quiera dirigir, si no quiere hacer uso de la división recurrirá al **mercado de masas**, que es la estrategia en la que la empresa no se plantea la segmentación del mercado por lo que dirige su estrategia a todas las personas, las cuales son susceptibles de ser futuros clientes. La idea fundamental es transmitir un mensaje y que éste llegue a la mayor cantidad de audiencia. Se trata de que la difusión de la información llegue a cualquier ciudadano dispuesto a escuchar.

La otra opción posible es el **nicho de mercado**, que es el trozo del mercado dividido que usa la empresa para aplicar productos o servicios a una audiencia con necesidades equivalentes. Por lo general, los nichos de mercado son grupos pequeños de gente con anhelos similares y que desean ver satisfechas sus necesidades. Esto requiere operaciones con mayor complejidad ya que las necesidades van a ser mucho más específicas, por lo que se va a requerir de agentes especializados para satisfacer los deseos del consumidor.

Visto esto, creemos que para nuestra empresa sería más conveniente optar por un nicho de mercado ya que nuestros productos van dirigidos a un público específico y con necesidades similares.

Por ejemplo, al realizar nuestra **segmentación de clientes**, podemos dividir, por un lado a aquellas personas que demanden servicios de lavado e higiene de sus mascotas, por otro lado aquellos clientes que deseen adquirir juguetes u otros utensilios para el entretenimiento de sus mascotas, y por otro lado, aquellos que deseen adquirir comidas o alimentos.

Por último, también es muy importante realizar una buena **diversificación** de los productos, es decir, pasa a ofertar nuevos productos y e intentar crecer con nuestro negocio, para tratar de conservar, aumentar y no perder los clientes.