

Segmentación del mercado.

Realizando un análisis de segmentación del mercado, hemos detectado como principales clientes a los estudiantes universitarios, familias numerosas o personas que les gusta decidir qué tipo de productos les gusta de más

En primer lugar, hemos localizado a los estudiantes universitarios como uno de los principales objetivos, puesto que son personas jóvenes que no cuentan con los suficientes recursos económicos, por lo que priman y consideran el precio frente a otros atributos.

En segundo lugar, creemos que las familias numerosas , serían nuestros principales clientes y formarán parte de una gran mayoría de consumidores, debido a que tienen una gran cantidad de gastos y muy poco tiempo y con nuestro servicio, podrán economizar lo máximo posible en gastos.

El tercer tipo de personas son, como las llamamos nosotros (con cariño): “Las especialitas”. Son las personas que les gusta las cremas de Mercadona, el pescado de Eroski y los yogures de Lidl. Estas personas también serían un gran foco de interés en nuestra empresa y nuestro servicio.

