



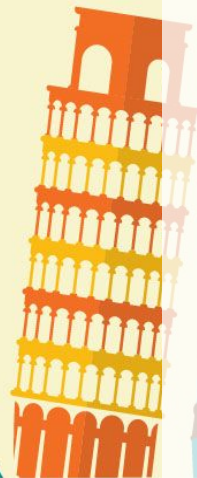
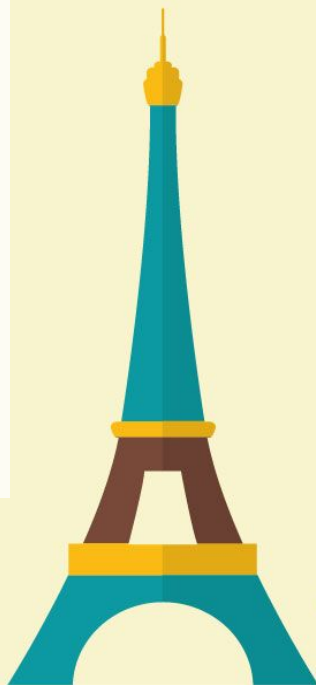
SEGMENTACIÓN DE MERCADO



Segmentación de mercado

Nuestro cliente objetivo:

Este servicio está dirigido a estudiantes Erasmus de todo el mundo que estudien en cualquiera de las tres universidades vascas; y una vez nos hayamos expandido, en cualquier universidad de las ciudades en que estemos presentes.



eman ta zabal zazu



Universidad
del País Vasco

Euskal Herriko
Unibertsitatea



Deusto

Universidad de Deusto
Deustuko Unibertsitatea
University of Deusto



Mondragon Unibertsitatea

Factores de segmentación



Uso del producto

Frecuencia de compra

Lealtad a la marca

Beneficios del producto

Grado de satisfacción

Percepción de marca

Necesidades cubiertas

Prestaciones esperadas

Factores de segmentación

Geográfico

Área de distribución

Diferencias culturales

Movilidad geográfica

Psicológico

Personalidad

Estilo de percepción

Estilo de vida

Grupos de referencia

Roles sociales

Demográfico

Edad

Sexo

Renta doméstica

Nivel de educación

Clase social

Estado civil

Segmentación de mercado

Variables de segmentación:

Geográficas:

- Región: Europa
- Clima: indiferente

Psicográficas:

- Clase social: media, alta
- Estilo de vida: estudiantil
- Personalidad: abierta y curiosa



Segmentación del mercado

Variables de segmentación:

Demográficas:

- Sexo: indistinto.
- Edad: universitarios de 18-30 años.
- Ocupación: estudiantes.
- Educación: cursando estudios universitarios.



Segmentación de mercado

Variables de segmentación:

Conductual:

- Ocasiones:
Período universitario, 3º o 4º de carrera.
- Beneficios:
Facilidad de acceso a todos los servicios integrados: seguros, viajes, información, alojamiento....



Segmentación de mercado

Variables de segmentación:

- Situación del usuario:
Estudiante en otro país.
- Frecuencia de uso:
Continua durante la estancia Erasmus.
- Situación de lealtad:
Hay 100.000 alumnos aproximadamente. Contamos con 5.000 alumnos en Euskadi, 25.000 en el resto de España y 70.000 en Europa.

