

Segmentación de mercado

Para determinar el segmento de clientes al que nos dirigimos, tenemos que tener en cuenta a qué personas o colectivos consideramos que puede interesarles nuestro servicio.

Creemos que en especial puede interesar más a todos aquellos negocios pequeños y medianos, que por su falta de capital no pueden permitirse acceder a estrategias de marketing y publicidad convencionales. También puede beneficiar a las asociaciones dándoles más visibilidad y permitiéndoles realizar diversas actividades como recogidas de firmas, charlas divulgativas y dinámicas, etc.

1. PYMEs o emprendedores emergentes que necesiten atraer clientes y consideran que nuestro servicio es una forma de publicidad más conveniente o que mejor se adapta a su situación .

2. Organizaciones como protectoras animales, de comercio justo, de ayuda a discapacitados, ancianos, gente sin techo, etc. Al igual que distintas asociaciones que busquen visibilidad como colectivos feministas, LGTB+, de igualdad racial...

3. Grupos de estudiantes y profesores que reivindiquen cambios en el sistema de educación.

4. Agrupaciones de personas que pretenden concienciar a los ciudadanos acerca de problemas sociales como el sistema de pensiones o problemas propios de asociaciones de vecinos.

5. Grupos de estudiantes que busquen participantes en un proyecto o experimento escolar.