

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Invertir en promocionar una app, como "COOK IT", resulta indispensable para asegurarse destacar en el mercado de las apps y, poder así, llegar a nuestros potenciales usuarios. Por supuesto, una buena dosis de creatividad en la promoción nos ahorrará un buen dinero y nos hará llegar más fácilmente al usuario.

Los clientes son el centro de cualquier modelo de negocio, ya que ninguna empresa puede sobrevivir sin clientes. Y entendemos que vuestra pregunta es ¿Para qué tipo de clientes está diseñada nuestra empresa principalmente? Pues respondiendo a esta pregunta, nuestro tipo de clientes, tienen unas necesidades y están buscando esta app que se ajusta a ellos a la perfección sobre todo se funciona muy bien con los jóvenes que viven solos y no tienen mucha experiencia en la cocina y no tienen mucha imaginación, esta app les ayudará a comer bien cada día.

En un primer lanzamiento la promoción de la aplicación será dirigida al colectivo joven, entre los 20 y 30 años. Consideramos que este perfil de usuario es el más necesitado de una ayuda en la alimentación sana y equilibrada ya que en gran medida son absolutos desconocedores de la cocina y elaboración de platos ricos y nutritivos. La herramienta será ofrecida tanto al sexo femenino como al masculino indistintamente.

En una segunda propuesta nuestros esfuerzos irán dirigidos a un público con mayores nociones culinarias, pero mucho más preocupados por su salud. Este colectivo es representado entre los 40 y 60 años.

Entre los varios segmentos de mercado que existen, nuestra app entraría dentro del llamado, "plataformas multilaterales o mercados multilaterales". Ya que nosotros nos dirigimos a más de un segmento de mercado diferente, por una parte, el supermercado con el que nos vamos a "aliar", al que le ayudaremos a ganar dinero recomendando sus productos para una determinada dieta. La otra parte sería lo más fundamental, los clientes, necesitamos clientes que utilicen nuestra aplicación y que realicen compren los ingredientes para los platos que les podamos recomendar. Y por último nuestra app con de la cual los clientes sacaron los días de los platos, con los ingredientes que hayan comprado.

Con esta estrategia progresiva confiamos en alcanzar los resultados más positivos de acogida de nuestra app por parte de cualquier tipo de público, alcanzando a la mayor audiencia posible.