

# SEGMENTACIÓN DE MERCADO

## ¿Quién es tu cliente?

Ya que nuestra empresa se basa en una aplicación que no puede adaptarse a cualquier circunstancia, tendremos que hacer frente a unos clientes no muy habituales.

Nuestros clientes más importantes son **los concesionarios**, que debido a que hemos planeado lanzar nuestra empresa **a nivel nacional**, estará compuesto por algunas de las marcas de coche más frecuentes en nuestro territorio como SEAT, Renault, Citroen, Ford, Volkswagen, Opel, Mercedes, Audi, BMW, Toyota, Nissan, etc. Y es que, nuestra aplicación necesita un pilar como lo es un coche para poder cumplir sus funciones, por lo que hemos



decidido venderlo más que como un producto común como adicional al comprar un coche, para así lograr y garantizarnos un beneficio mayor, lo que hace tan importante nuestra alianza con los concesionarios. Sin embargo, para lograr este objetivo, primero debemos persuadir a todas las marcas, o al menos a la mayoría de ellas. A lo que tenemos la respuesta, y es que, sería muy beneficioso para los concesionarios y en mayor para las compañías de seguros, lograr reducir los seguros que deben pagar por accidentes de tráfico de sus usuarios, tan solo con la acción de, más que invertir en nuestra empresa, asociarse con nosotras sin tener que realizar ningún tipo de inversión.

Algo en lo que también hemos pensado, es que, si queremos que nuestra empresa adquiriera un carácter nacional, debemos abarcar todas las formas posibles que adquirir un coche, como lo puede ser mediante los de segunda mano y los que ya están en circulación, y ante los cuales vamos a proceder de la misma manera, nos asociaremos dejándoles clara cuáles serían las ventajas de la misma.

Otro grupo posible con el que nos encontramos son **las personas**, que sería un grupo reducido debido a que no tendríamos una relación directa con ellos, por el hecho de que nuestra empresa se apoya en los concesionarios y por tanto la mayoría llegarían por medio de esto. Aun así, esas pocas personas con las que contamos como clientes, serán más que todo aquellos que vengán a adquirir información de manera individual, fuera de los canales de los concesionarios.

¿Cuales son las características de estos clientes?

Debido a que no mantendremos un contacto directo con la mayoría de posibles clientes, estos se adaptarán a las mismas o similares características que tienen los compradores de coches, como lo pueden ser: tener la capacidad adquisitiva necesaria para la adquisición de un coche o contar con uno y tener la edad legal para conducir.