

SEGMENTACIÓN DE MERCADO



Dividiremos el mercado en nichos teniendo en cuenta la **edad** de los potenciales clientes.

El **público objetivo** de nuestra idea es variado, desde padres y madres que no pueden ir a ver a sus hijos a los eventos deportivos o culturales debido a las restricciones impuestas, hasta equipos deportivos o grupos socioculturales que quieran ver la repetición de los anteriores eventos.



El hecho de poder retransmitir un acto religioso como puede ser una misa en nuestra plataforma, intentamos abrirnos a otro tipo de público objetivo, como pueden ser las personas de la tercera edad.

O simplemente a todo colectivo (jóvenes, adultos) que tiene la necesidad de ver competiciones o eventos en particular que se estén transmitiendo y no sean presenciales; siempre que estén al día en las **herramientas digitales** ya que necesitarían estar conectados a internet y disponer de un equipo informático o smartphone.