

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

La segmentación de mercado es un método que permite identificar y dividir a los clientes potenciales en diferentes grupos. La empresa, después de tener claro su producto o servicio, debe tomar a un grupo de personas de características similares como sus clientes principales, los que, en principio y sobre el papel, serían los clientes a los que va enfocado dicho producto o servicio.

Es importante establecer una correcta segmentación de mercado, y para ello, debemos tener en cuenta las características principales que se ofrecen, ya que estas características serán las que inclinen la balanza entre un grupo de clientes u otro, porque no tendría sentido, por ejemplo, establecer que los niños de entre 1 y 5 años sean los clientes a los que van dirigidas las calculadoras.

Las características a destacar de nuestra aplicación son las siguientes: compra online, entrega a domicilio de las compras, selección de las características de los productos y servicio de nutricionista. Por lo tanto, al tratarse de una aplicación de compra en la que interviene el dinero, tenemos claro que los clientes principales deben ser adultos con independencia económica que hagan la compra, aunque cualquier adulto podría usar la aplicación. Dentro de este grupo de personas, creemos que es importante destacar que la aplicación está pensada para ayudar a gente con movilidad reducida o que tenga poco tiempo, ya que a estas personas se les hace más difícil ir al supermercado.