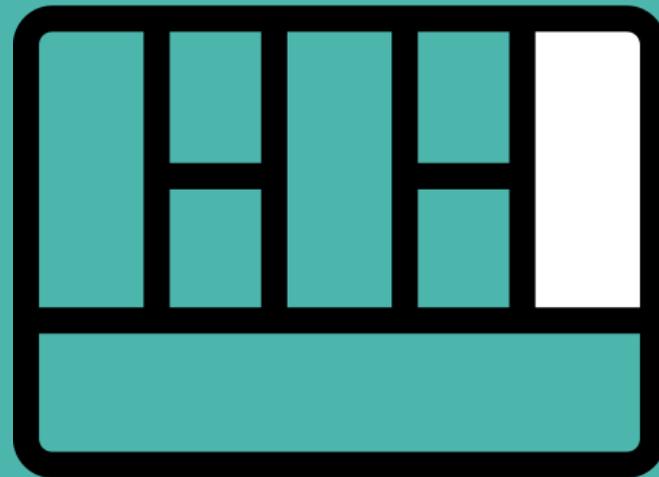


Segmentación de mercado

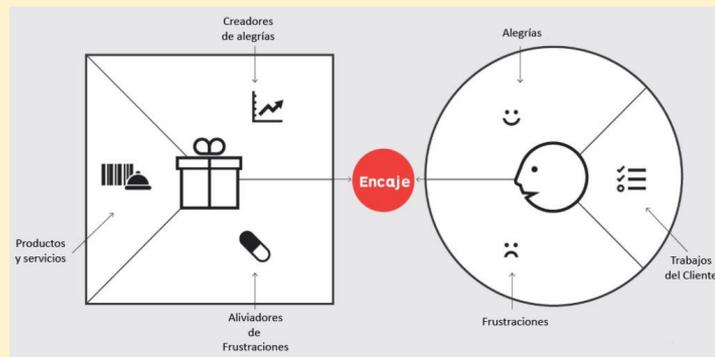
I.E.S. Alejandría

Hugo González Campos
Ibai Herrero Herreras
Sergio Revuelta Herrero



Segmentación de clientes

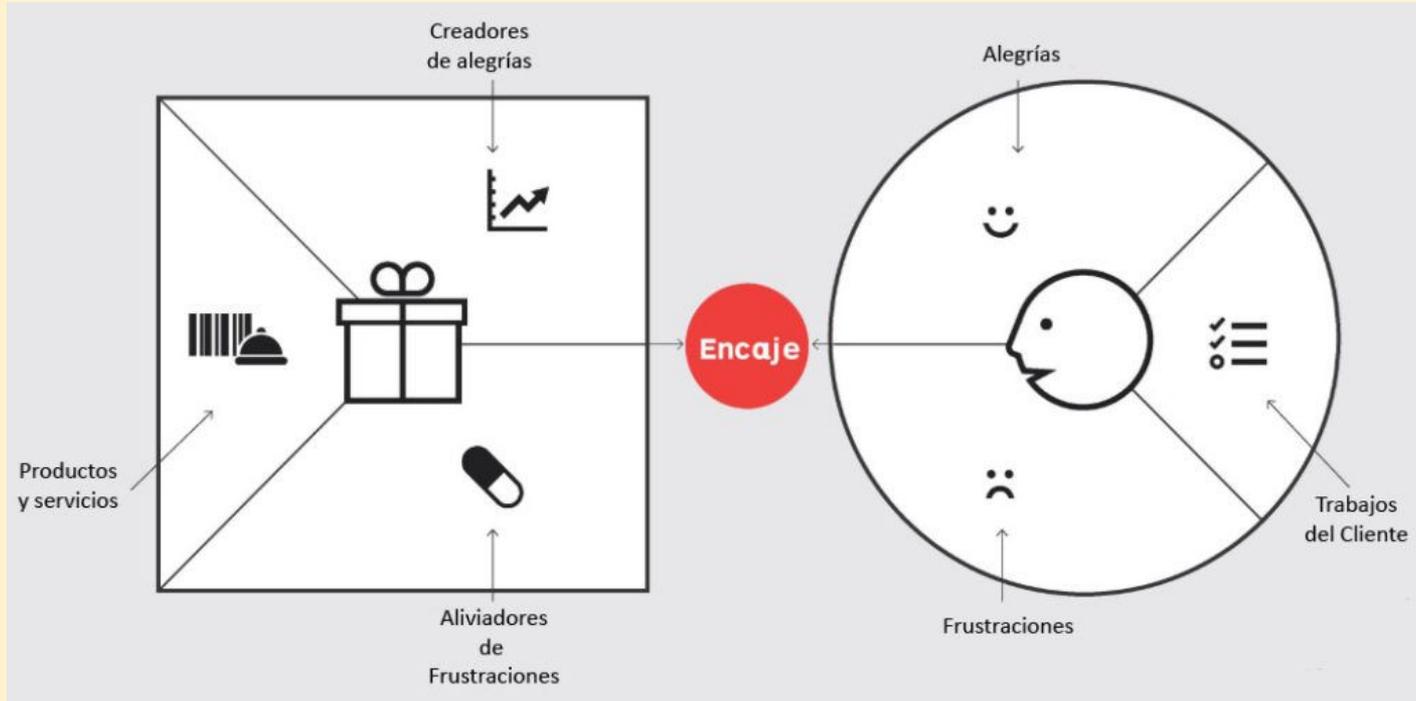
Hemos basado nuestra segmentación de clientes en los libros Generación de modelos de negocio y Diseñando la propuesta de valor de Alexander Osterwalder en los que se hace un encaje entre la propuesta de valor y los segmento de clientes.



YETI GOAL



Pasamos a hacer la **segmentación de clientes**, analizando el “círculo” para luego hacer un encaje con los nueve bloques del Modelo Canvas.



YETI GOAL



Perfil del cliente

Se **analiza a los clientes** según sus trabajos y necesidades, frustraciones y alegrías.

Los **trabajos y necesidades** del cliente, que es lo que **intentan resolver**, las **frustraciones** son los **obstáculos** que impiden al cliente hacer una actividad como la falta de tiempo o que no tienen con quien ir y las **alegrías** son los **resultados que los clientes quieren** del servicio o producto que compran.



YETI GOAL



Segmentación de mercado

Nos dirigimos a un mercado segmentado y podrán realizar las actividades accesibles las personas entre 8 y 80 años, teniendo un chikipark y actividades lúdicas para los niños menores de 8 años, que estarán cuidados por monitores.



YETI GOAL



Mercado

En nuestra segmentación de clientes nos dirigimos a un mercado segmentado, por que no todos tienen las mismas necesidades y nosotros queremos satisfacerlas, por ejemplo, hay gente que le gusta la montaña y no tiene con quien ir y otras personas no tienen experiencia ni equipamiento necesario para hacer las actividades. Por eso proponemos el “Refugio Yeti” para conocer gente y vivir una divertida aventura y desconectar pasando un buen tiempo con más gente.



YETI GOAL



Trabajos de cliente



Trabajos y necesidades

Actividades que los clientes quieren resolver.

- Ocio de montaña
- Ocio familiar
- Restauración y gastronomía
- Estancia para pasar la noche
- Presumir frente a los demás



YETI GOAL



Trabajos y necesidades

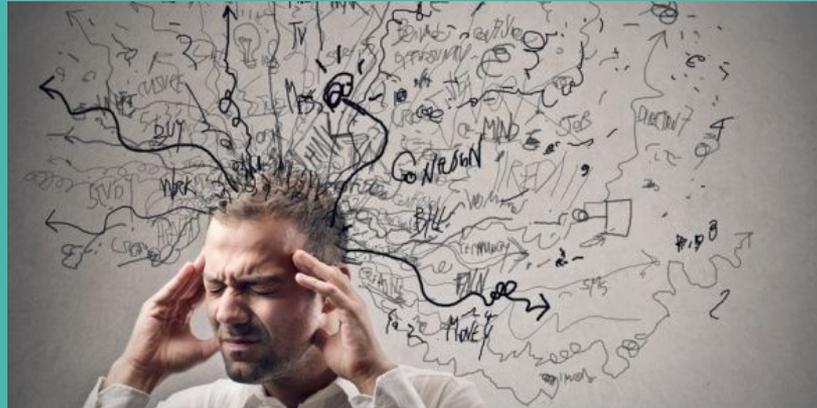
- Bienestar físico
- Reforzar vínculos
- Estar agusto con la naturaleza
- Nuevas relaciones
- Nuevas experiencias
- Entrenar para algún deporte



YETI GOAL



Frustraciones



Frustraciones

Los impedimentos que se pueden encontrar nuestros posibles clientes que harían que se echen atrás podrían ser:

- Transporte a la zona de la actividad
- No hay aparcamiento al llegar
- Actividades no adaptadas a mis necesidades
- Mal tiempo
- Mala situación económica
- Estar en mala forma física
- Atender a los niños



YETI GOAL



Frustraciones

- Distancia hasta el lugar
- No saber que necesitarás hasta que estés una vez estés allí
- Falta de tiempo libre
- Miedo a los accidentes
- No tener con quien ir
- Pensar que no sabrás como hacer alguna actividad



YETI GOAL



Alegrías



Alegrías

Beneficios que los clientes quieren conseguir con el servicio o producto.

- **Seguros** para no preocuparse tanto por los posibles accidentes
- **Alimentación** para despreocuparse por llevarla
- **Estar guiado al principio** si eres nuevo y tener libertad si tienes experiencia
- **Sentirte prestigioso** por poder ser nuestro cliente
- **Ver calidad en el equipamiento** que compran/alquilan



YETI GOAL



Alegrías

- Salir contento hasta recomendar a sus amigos esta actividad
- Conocer gente nueva
- Sentirte en sintonía con la naturaleza
- Hacer deporte
- Ver paisajes y lugares nuevos



YETI GOAL



