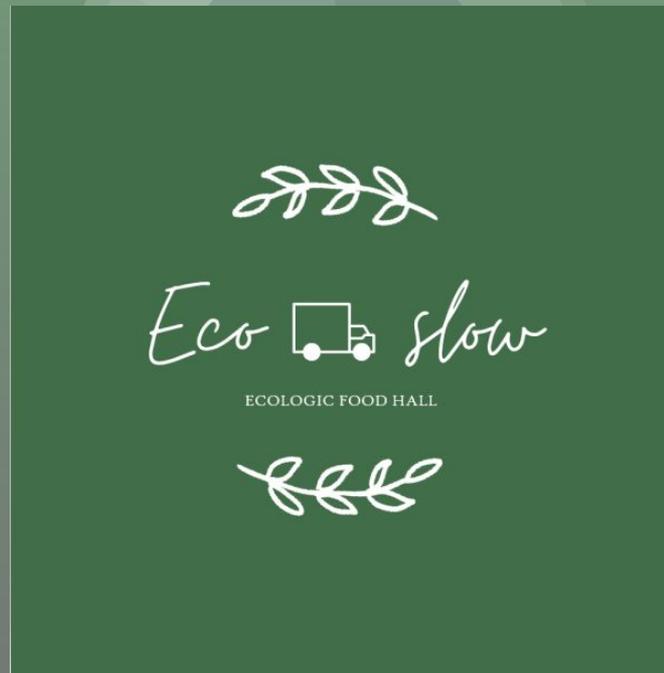


ECO-SLOW

Segmentación de
clientes



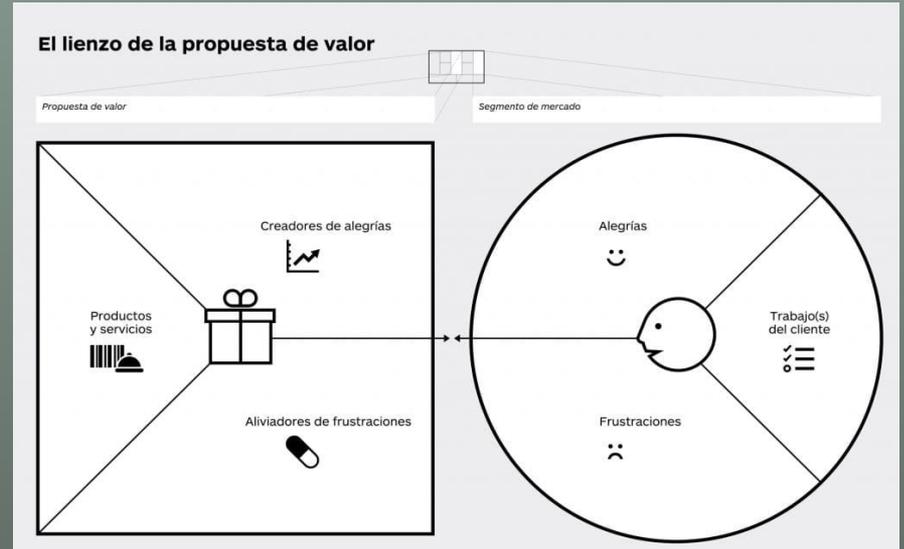
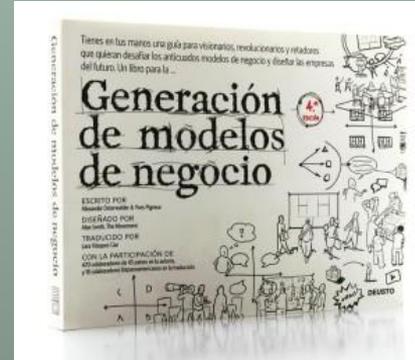
Segmentación de clientes

En nuestra proposición de valor y segmentación de clientes nos basamos en los libros de Alexander Osterwalder:

- *Diseñando la propuesta de valor*
- *Generación de modelos de negocio*

Estos manuales nos explican el encaje entre la propuesta de valor (cuadrado) y los segmentos de mercado (circulo).

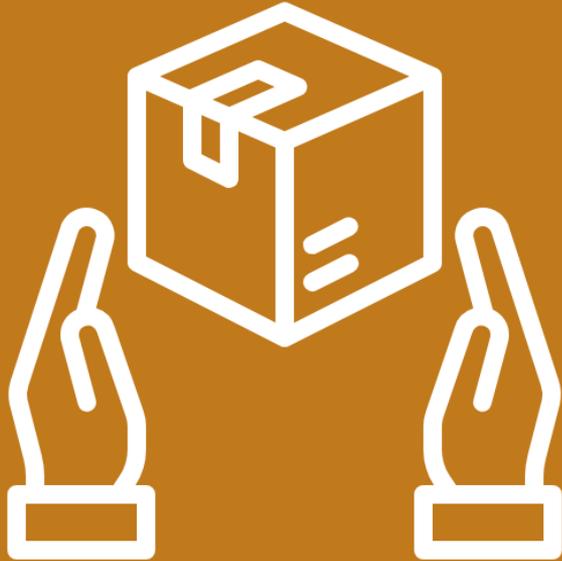
Seguidamente, explicaremos la segmentación de cliente.



Segmentación de cliente



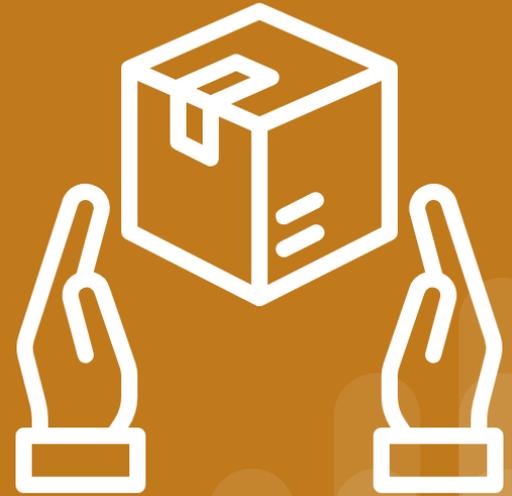
Segmentación de cliente



- Trabajos de cliente:
 - **Cocinar:** nuestros clientes buscan relajarse, y no hay mejor manera de hacerlo que cocinando, ya que mientras desconectan de sus problemas se sienten realizados al hacer algo productivo.
 - **Comer sano:** las personas hoy en día buscamos un estilo de vida más saludable.
 - **Compaginar su vida laboral y personal:** muchas veces la gente se queda hasta tarde en sus puestos de trabajo, y cuando llegan a casa no tiene tiempo para dedicarse a ellos mismos, así que nosotros les llevamos los ingredientes donde ellos elijan.

Segmentación de cliente

- **Ayudar al medio ambiente:** Eco-slow apuesta por intentar contaminar lo menos posible, por lo que muchos de nuestros productos o envases van a ser reutilizables, y, además, para contaminar lo menos posible se utilizarán motocicletas eléctricas para realizar las entregas.
- **Aprender nuevas recetas:** nuestra empresa ofrece la enseñanza de nuevas recetas de diferentes lugares del mundo.
- **Ampliar su dieta:** nosotras pondremos a disposición de nuestros clientes un nutricionista, el cual, ayudará a las personas a realizar su dieta y sus platos.
- **Sentirse realizado:** lo que eco-slow pretende hacer es que las personas se sientan realizadas al final del día por haber cocinado o haber aprendido recetas nuevas.



Segmentación de cliente



- Alegrías:
 - **Disfrutar de la comida casera:** dentro de lo posible nuestras recetas van a ser caseras y los alimentos en su mayoría de origen nacional.
 - **Sentirse exclusivo:** el estar dentro de una comunidad hace que nuestros clientes se sientan parte de ella e incluimos un trato personalizado desde la aplicación.
 - **Ampliar sus conocimientos:** con las recetas las personas van a poder conocer otros platos típicos de otros países y perfeccionar su técnica en la cocina.
 - **Descubrir descuentos:** los clientes tendrán cada cierto tiempo un descuento aplicable a la siguiente compra.

Segmentación de cliente

- **Sentirse realizado:** sentir que has hecho algo productivo en el día y que va a mantenerte en forma.
- **Sentirse parte de una comunidad:** estar bien con uno mismo por formar parte de la **comunidad de eco-slow**, dado, que aquí se podrán compartir consejos sobre las recetas y la comida.



Segmentación de cliente



- Frustraciones:
 - **No saber que cocinar:** estar tan agotado de trabajar que cuando llegues a casa no sepas qué cocinar y con nuestra empresa no hace falta que piense, ya que, trae la receta junto con los alimentos.
 - **No tener tiempo:** al llegar tan tarde no tienes tiempo para ir al supermercado a comprar y prepararte la cena, nosotros lo podemos solucionar porque la comida te llega a domicilio, de esta manera podrás tener más tiempo para ti.
 - **Contaminación:** concienciar a las personas que se puede comer bien sin dañar el medioambiente.

Segmentación del cliente

- **La salud:** al no tener mucho tiempo para cocinar bien, esto puede dañar nuestra salud trayendonos problemas de obesidad.
- **Incomodidad en el supermercado:** a la hora de ir a hacer la compra muchas personas se estresan porque no encuentras las cosas o simplemente les agobia tener que estar con tanta gente.
- **Falta de comida casera/ exceso de fast food:** el comer comida precocinada puede traernos muchos problemas de salud o incluso no le gusta a la gente comerlo.



SINTETIZANDO LA SEGMENTACIÓN DE CLIENTES

- Sintetizando, llegamos a la conclusión de que nos centramos en un segmento de mercado especializado. Nuestra empresa se va a centrar en las personas que tienen una renta media alta y alta, normalmente este segmento:
 - Trabajan muchas horas diarias.
 - Apenas tiene tiempo para hacer la comida o para ir al supermercado.
 - Se preocupan por llevar una vida sana y saludable.

Basándonos en un artículo de [“La Vanguardia”](#) Eco-Slow se va a centrar en un 35% de la población de la península (este porcentaje puede aumentar en las principales ciudades como pueden ser Madrid y Barcelona).



ECO-SLOW

