

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

El cliente objetivo es, grosso modo, todo el mundo que disponga de un método de pago digital y que necesite comprar algo y en los tiempos actuales no quiera arriesgarse a un contagio o no pueda debido a que está confinado en su hogar. La inexistencia de segmento alguno para este servicio es clara, ya que a un supermercado acuden clientes de todo tipo de edades sin exclusión alguna, desde un niño que va a por una simple caja de chocolates hasta una familia que se dispone a hacer la compra semanal o mensual.