

## SEGMENTACIÓN DE MERCADO

En la segmentación de mercado queremos definir el tipo de segmentación a la que nos dirigimos, los clientes a los que apuntamos dentro de esa segmentación y la estrategia que vamos a aplicar para llevar a cabo nuestras propuestas.

Nuestro restaurante se enfocará en trabajar en un mercado segmentado, por lo cual poseerá distintas segmentaciones.

Apuntamos a una segmentación demográfica, puesto que nos dirigimos a un público fijándonos en sus edades, siendo nuestro objetivo clientes de entre 18 y 50 años, incluyendo por supuesto a los niños y niñas. También, en menor medida, a una segmentación psicográfica, ya que nos dirigimos a diferentes públicos con diferentes hábitos de consumo. Para esta segmentación nos basamos en su personalidad, su estilo de vida, sus deseos y anhelos, sus sentimientos e intereses, así como sus motivaciones, con lo que hacemos llegar nuestros productos al cliente de una forma más personal.

### **Estrategia aplicada**

En base a nuestras dos segmentaciones nuestra estrategia aplicada será una estrategia concentrada, en la que nos ajustamos en el mercado de la alimentación, adaptando el producto a nuestras características personales (comida multinacional y ecológica) y ofreciéndola a todos los públicos ya sea nuestro *target* o a cualquier otro tipo de persona. No descartamos cambiar la estrategia en un futuro a una diferenciada, una vez veamos la aceptación de nuestro local ante los diferentes sectores de la población.