



## DATOS DEL MERCADO (2)

----- X

Según nuestras estadísticas nuestra media de personas en el gimnasio es de 300 personas al día pero en este último mes hemos aumentado a 400 personas.

## SEGMENTACIÓN

----- X

De acuerdo a su grado de fidelización:

- Los que aman el deporte y el ejercicio en sí mismo y hacen su práctica parte importantísima de su vida.
- Los que no aman el ejercicio en sí mismo pero si han comprobado y valoran sus beneficios en cuanto de bienestar interior y exterior se trata por ello sostienen su práctica en el tiempo.
- Los que suelen ir a desgano por primera vez a “probar” o bien a causa de alguna enfermedad que requiere el ejercicio como “tratamiento”. Para este tipo de cliente el ejercicio es vivido casi como una tortura.

De acuerdo a su actitud con el medio ambiente:

- Los que se preocupan por el medio ambiente y siguen todo tipo de pautas para su conservación y sostenibilidad.
- Los que no se preocupan en exceso y cumplen con lo básico.
- Los que muestran una gran irresponsabilidad y despreocupación.





## POSICIONAMIENTO



Energetic Boom se dirige a todos los grupos:

- De acuerdo a su grado de fidelización, estrategias diferentes para cada segmento (entrenadores más encima de los “vagos” para motivar... bonos y descuentos para los muy aficionados, etc..)
- De acuerdo a la responsabilidad medioambiental, identificaremos los altamente sensibilizados para llamar su atención y captarles como clientes.

