



SEGMENTACIÓN DE MERCADO



Una segmentación de mercado consiste en un grupo de personas, usuarios u organizaciones para los que nuestro proyecto crea valor, es decir, aquellas entidades cuyas necesidades estamos satisfaciendo.

¿QUIÉNES SON NUESTROS CLIENTES?

Echando un vistazo general, podemos llegar a la conclusión de que nuestro puede ser cualquiera, ya que el agua es un bien necesario para todo ser vivo. Sin embargo, profundizando, nos damos cuenta de que nuestros clientes se dividen en tres grandes segmentos o grupos: aquellos clientes cuya necesidad es directamente el agua, aquellos cuya necesidad principal es la compra de botellas de agua para la donación de dinero a la causa de destinar agua potable a Somalia, y finalmente nos encontramos ante el segmento de clientes que tiene como prioridad la defensa del mediambiente, mediante la compra de productos ecofriendly, como nuestras aguas.



- En este primer segmento de clientes nos encontramos ante un grupo heterogéneo de personas, usuarios y/u organizaciones.

En cuanto a datos demográficos, podemos deducir que es un segmento de edades muy variadas, ya que el agua es una necesidad básica para todos los organismos vivos. Además, son compradores con cantidades de ingresos muy diferentes e incluso incurrimos en clientes que no obtengan sus propios ingresos ya que se pueden tratar de adolescentes o niños.

Como hemos mencionado anteriormente, nuestros clientes no son solo personas, si no que también empresas u organizaciones que requieren de nuestros servicios de venta, por lo que, haciendo alusión a datos psicográficos, observamos que nos encontramos ante actitudes, estilos de vida y personalidades muy diferentes. Por ejemplo, una empresa

adquiere actitudes empresariales y no tiene un estilo de vida concreto, pero sin embargo, una persona sí.

No basta con saber quiénes son nuestros clientes, si no que también necesitamos pensar en aquellos trabajos que están tratando de hacer y en cómo nuestro proyecto puede ayudarles a realizarlo. En este caso, podemos ayudar a empresas a conseguir que reduzcan su contaminación mediante la venta de nuestros productos o a que colaboren con causas solidarias, a parte de proporcionarles agua de calidad. Resumiendo, se trata de un segmento universal y muy amplio y heterogéneo, en el que nos encontramos desde niños pequeños hasta grandes empresas.



- Por otro lado, está aquel segmento cuya preocupación o necesidad es la causa solidaria a destinar dinero a conseguir agua potable para toda la población de Somalia, un país africano sumido en la pobreza. Estos compradores son mayoritariamente personas individuales u organizaciones solidarias como por ejemplo, ONGs.

Pueden provenir de diferentes países o continentes, ya que es una causa universal, aunque mayoritariamente son de nuestro país de origen, España.

Sus actitudes y personalidades son solidarias y empáticas, por la precaria situación de un país que necesita su ayuda. Se preocupan por el bienestar social de nuestro planeta y además, es probable que destinen ayuda monetaria a nuestro fondo de ahorros destinado para ello, a parte de comprar botellas de agua.

En cuanto a como podemos ayudar a conseguir sus objetivos, nuestra empresa proporciona a los clientes que pertenecen a este segmento la oportunidad de donar dinero indirectamente a través de la compra de agua o directamente, a través de donaciones en nuestro fondo de ahorros.

Es un grupo más homogéneo, ya que en él se hallan los compradores que tienen conciencia por la causa, por lo que en comparación con el segmento anterior, su cantidad de personas se reduce.



- Por último, se halla el segmento de clientes con una preocupación por el medio ambiente y una necesidad por defenderlo.

Esta división, al igual que la anterior, es más homogénea, ya que, de nuevo, los compradores que pertenecen a ella constan de conciencia por la causa, hecho que reduce el grupo. Comparten características con el segmento anterior en cuanto a personalidad y actitudes, ya que son solidarios y además tienen gran interés por preservar nuestro planeta.

Son personas carismáticas y empáticas.

Nuestro proyecto les aporta una ayuda directa para cumplir su objetivo de ser amigables con el medio ambiente, ya que el envase de nuestro producto (las botellas) son directamente reciclables y biodegradables, por lo que reduce su huella ecológica al no usar plástico normal.