



2. SEGMENTOS DE CLIENTES

Se ha de tener bien definido el apartado del segmento de clientes. Este concepto es importante para definir las estrategias de enfoque del servicio. Así, se orientará de una forma más provechosa y eficiente en materia de obtención de resultados.

Es primordial aclarar que, al ser un tipo de servicio muy específico e ideado para un uso profesional de un campo en concreto, no se trata de un segmento de mercado de masas. Se trata de un servicio de utilidad para unos objetivos muy concretos y la inmensa mayoría de consumidores ni siquiera van a reparar en él.

Es segmentable, ya que los usuarios de este servicio tienen necesidades o problemas ligeramente diferentes. Todos ellos poseen unas características prácticamente idénticas y se desempeñan económicamente en las mismas categorías profesionales.

Se puede diversificar el mercado en el que se desarrollará el servicio. La actividad se centrará exclusivamente en este servicio que, como se ha señalado en el punto anterior, está diseñado para un campo profesional específico; gestores de pequeños comercios. Además, por ahora no se requiere desarrollar otro servicio complementario.

Podría decirse que, en cierto modo, consiste en una plataforma o mercado multilateral. Se puede afirmar que su funcionamiento se basa en conectar a diferentes segmentos de usuarios distintos. Esto es así porque hace interactuar a diferentes grupos que se necesitan entre sí o precisan de su colaboración para subsistir y existir. Por ejemplo, las empresas de reparto necesitan pedidos para entregar, los comercios necesitan clientes para mantenerse (y cuantos más mejor) y los clientes necesitan comprar productos para sus necesidades y su día a día.

Este servicio está orientado a un nicho de mercado que no es excesivamente masivo por número pero es común en todas partes y bastante concreto; las personas que regentan pequeños comercios que operan, generalmente, a nivel local. En cuanto a tramos de edad, en un principio está pensado para ser útil para personas de cualquier edad. No obstante, quizá resulte de más utilidad a quienes tienen unos conocimientos de informática y de internet más básicos, limitados o nulos. Estos suelen ser, normalmente, las personas nacidas en la generación del Baby Boom, los cuales están menos familiarizados históricamente con las tecnologías más actuales.

Aunque, también, que este es un servicio atractivo e útil incluso para las generaciones más actualizadas tecnológicamente por sus ventajas en materia de reducción de costes y logística.

