

## Segmentación de mercado

Los clientes son el corazón de cualquier tipo de negocio, ya que sin ellos ninguna empresa puede sobrevivir mucho tiempo, por lo que debemos analizar su comportamiento. Como ya hemos explicado en nuestra proposición de valor, antes la comida rápida “to go” solía ser sobre todo muy exitosa entre las/los jóvenes, dado su precio asequible y flexibilidad para todo tipo de situaciones; es decir, correspondiente a la forma de ser de los/las jóvenes. No obstante, ahora, impulsado por la pandemia, la comida para llevar ha pasado a ser popular entre todos los grupos de edad, porque dadas algunas restricciones ha sido una buena solución. Además, lo que ofertamos es comida típica alemana y francesa, que va dirigida a todo tipo de edades: niños, adolescentes, adultos y personas mayores. Todas las personas podrán tener la experiencia de probar nuestros productos. No obstante, pensamos que probablemente los crêpes con crema de avellana sean más populares entre las personas jóvenes, al igual que las salchichas quizá no sean populares entre niños demasiado pequeños. Es decir, tendremos una segmentación más bien “indirecta”, ya que no porque la mayoría de personas en un grupo de edad funcionen de forma similar, no pueden comer una u otra cosa. Pero en lo que respecta al diseño de los paneles informativos, sí se tendrá en cuenta a la hora de presentar la información, haciendo un diseño más infantil para la sección de crêpes.

Sin embargo, también debemos tener en cuenta que celíacos/as, vegetarianos/as o veganos/as no podrán comer nuestra comida (o alguno de nuestros productos), ya que ninguno de nuestros productos se puede consumir teniendo celiaquía, porque vendemos carne y debido a que la masa de crêpes y las salchichas están hechos con productos animales. Esto es, debemos tener en cuenta esta segmentación de mercado.

Por otro lado, diferenciamos diferentes grupos de clientes según tres (depende del día, cuatro) franjas horarias, ya que de 10:00 a 12:00 esperamos tener sobre todo clientela para el desayuno, es decir, esperamos vender más crêpes que otros productos; ya que de 12:00 a 15:00 esperamos que la mayoría de los clientes vengan para la comida, esto es, para comer nuestras salchichas; ya que de 15:00 a 20:00 esperamos a la clientela joven, recién salida de los centros educativos o extraescolares, que seguramente tendrán hambre y querrán tanto salchichas, como crêpes, al igual que los demás paseantes; y ya que de 20:00 a 23:00 esperamos a aquellos clientes que de normal no encuentran ya establecimientos abiertos o salen de fiesta y, por tanto, no se sabrá exactamente lo que quieren. En esta última franja horaria no siempre estaremos disponibles [dependerá del día y del sitio (ver proposición de valor)]. En lo que respecta a los servicios ambulantes, tendremos un plan de horarios de recreo de diferentes centros educativos.

Asimismo, debemos diferenciar dos grupos de clientes adicionales, por el puesto de la estación y el ambulante: alumnado y viajeros. Por parte del alumnado de los centros educativos esperamos que dependiendo de los horarios de sus respectivos recreos, por la mañana compren menos, en general, pero sobre todo crêpes, así como al mediodía compren bastante, en general, pero sobre todo salchichas. Por parte de los viajeros esperamos idas y venidas irregulares, por tema de viaje, aunque sí esperamos que se nos compre bastante, ya sea solo, porque en comparación con los productos que suele haber en las estaciones son más caros que los nuestros. Pero aún y todo esperamos que se compren en cantidades iguales salchichas y crêpes.

Por último, aparte de los crêpes y las salchichas, también se puede prever qué segmento de edades en las distintas franjas horarias compran bebidas y patatas fritas. En lo que respecta a las bebidas, pensamos que es indiferente la hora que sea y la persona que las compre, ya que por lo menos el agua, siempre se compra. No obstante, sí esperamos que los refrescos se demanden sobre todo por

la tarde-noche. En lo que respecta a las patatas fritas, pensamos que se van a comprar sobre todo en las franjas horarias a partir de las 12:00h, por todo tipo de clientes.