SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Al ser jóvenes de entre 17-19 años (sin olvidar el consentimiento de los tutores legales o padres) con incertidumbres y necesidades similares pertenecen al mercado de nichos. Este mercado es un segmento de clientes muy específico, que se dirige a un público muy concreto y bien diferenciado. Para ello, se debe crear una relación cercana diseñada a medida del cliente.

Podemos clasificar a nuestros jóvenes en 5 grupos distintos.

- ➔ Estudiantes que cursan 4º ESO y están indecisos sobre qué tipo de bachillerato escoger.
- ➔ Estudiantes que cursan 1º o 2º de bachillerato y no saben qué grado universitario o grado fp superior se ajusta más a sus intereses y cualidades estudiar.
- ➔ Estudiantes que cursan 2º de bachillerato, que saben qué grado universitario estudiar pero no tienen conocimiento de todas las opciones universitarias que ofrece el mercado.
- ➔ Padres y tutores legales preocupados por el futuro de sus hijos e implicados en la decisión que estos van a tomar.
- ➔ Centros educativos que quieran proporcionar la mejor orientación de posibles estudios futuros a sus alumnos**.**

Además, los tres primeros grupos se pueden clasificar en otros tres:

- ➢ Humanidades y Ciencias Sociales
- ➢ Ciencias
  - ○ Biológico
  - ○ Tecnológico
- ➢ Artístico