

2. SEGMENTACIÓN

- Es la agrupación de una serie de clientes que poseen las características comunes que concuerdan con la oferta de nuestra empresa y tienen unas necesidades similares (conocidos como clientes potenciales)
- El tipo de mercado que más se asemeja a nuestras necesidades es el masivo ya que venderemos a un amplio grupo de personas y no solo a un nicho concreto. Nos dirigiremos, por un lado a compradores particulares que busquen adquirir el caracol o derivados como las cremas, ya sea a través de nuestra tienda o por la página web. Por otro lado, también venderemos el caracol en todas sus variantes a las distintas empresas y restaurantes interesados.

