

# SEGMENTACIÓN DE MERCADO

El cliente objetivo son aquellas personas que se preocupan por su salud bucodental, pero no tienen ni el tiempo ni el dinero suficientes para gastarlo en diferentes productos y buscan beneficiarse de las ventajas de varios productos de higiene en uno solo.

Nos vamos a dirigir a un mercado masivo, ya que nuestra producción va a ser alta y tendremos que llevar tácticas de diferenciación con los productos que ya existen. Para ello, hemos segmentado el mercado:

- Demográfico. Mujeres y hombres de 10-60 años, que formen parte de una unidad familiar o solteros.
- Geográfico. A nivel nacional, España.
- Socioeconómico. Clase media alta, media y media baja.
- Conductual. Según la fidelidad, usar nuestro producto más de quince días al mes; y conseguir que el cliente se sienta parte de nuestra empresa haciendo que escoja el diseño o sabor de nuevos productos.
- Relativo al estilo de vida. Personas que quieren cuidarse los dientes, pero no disponen del tiempo suficiente para hacerlo.

