

SEGMENTACION DE MERCADO

Para poder desarrollar la idea de segmentación de mercado debemos identificar el mercado al que nos dirigimos y tener en cuenta una serie de preguntas:

- ¿Para quién creamos valor?
- ¿Cuáles son los segmentos que vamos a atender?
- ¿Cuántos clientes podemos llegar a tener?
- ¿Cuáles son los clientes más importantes?

Por otro lado, debemos tener conocimiento de las necesidades de nuestros clientes y las dos características más importantes: sus necesidades y sus hábitos.

Gracias a todo este estudio de mercado, creemos que los clientes potenciales son:

Personas a partir de los 21 años que estén emancipadas (ya que los jóvenes siempre están con el móvil encima y nuestra idea es muy atractiva para ellos).

Personas que estén comprometidas con el medio ambiente, así, verán nuestro proyecto como una idea útil y que ayuda al ecosistema.

También se encuentran en el rango de nuestro segmento de mercado las personas mayores, las cuales les viene bien que cuando tengan que realizar algún tipo de recado no tengan que estar buscando bolsas por todos los rincones de la casa, si no, simplemente con la única opción de coger el móvil ya tener el problema resuelto.

Ahora vamos a comentar sobre el tipo de mercado que se adecúa más a nuestro producto:

El **mercado de nichos** ya que es un segmento de clientes **muy específico** que se dirige a un **público muy concreto y bien diferenciado**. Aquí, la propuesta de valor, los canales de distribución y las relaciones deben estar diseñados a medida del cliente.