

SEGMENTACIÓN

Los clientes principales de ECOCOME será gente que viva en Valencia, aunque dependiendo de la evolución, se planteará en un futuro maximizar y nacionalizar la empresa para poder repartir encargos a las afueras e incluso a otras comunidades. Este proyecto se centra en gente con dispositivos electrónicos para poder acceder a las recetas. Este modelo de cliente también debe pasar tiempo de su jornada laboral en casa para poder tener tiempo de cocinar, por ejemplo, gente que teletrabaja o que tiene una jornada reducida. Generalmente, los clientes serán jóvenes adultos, aunque también habrá clientes más mayores a los que no les viene bien hacer la compra (ya que es muy pesada) y prefieren recibirla en casa y cocinar.

El género no es importante de distinguir para esta aplicación y es preferible para aquellos que no sean de una familia numerosa debido a que los packs se contratan de forma individual, y para personas con un nivel adquisitivo estándar.

En cuanto a la segmentación psicográfica y conductual, el cliente debe tener ciertos hábitos de comprar de forma online ya que sino, no sabrá como realizar su pedido. Es preferible que sepa utilizar las últimas tecnologías.



¡Hola! Nosotros somos Raquel y Javier, y hemos sido ambos ecocomedores del mes por nuestra constancia contratando los servicios de ECOCOME. El servicio de la APP es fácil, y yo (Javier) he aprendido en tan solo dos días a poder realizar mis pedidos de packs. Raquel, compañera de trabajo a la que le recomendé contratar los packs mensuales, ha recibido incluso el pack del postre por acumulación de puntos después de estar dentro de la clientela por tres meses con su pareja. Estamos ambos muy contentos y agradecidos con la eficacia de la joven empresa.