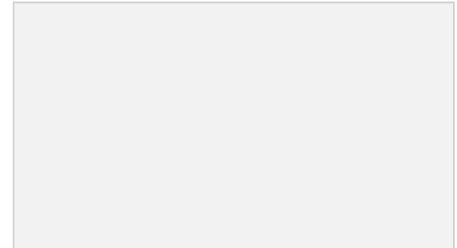


SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Nuestro producto tiene como público objetivo la población comprendida preferentemente entre los 16 y los 65 años. Son personas con intención de darse a conocer y de ampliar su red de contactos en diversos aspectos de su vida.

Corresponde a un modelo de mercado masivo debido a que ofrecemos los mismos servicios a todos los usuarios, ya que cada usuario accederá a la aplicación por motivos diferentes (encontrar un trabajo, jugar a fútbol en el parque...) pero todos la emplearán de la misma manera.



- Criterio demográfico

El criterio de segmentación por excelencia es el criterio demográfico, en los siguientes aspectos:

- Edad: Nuestro público objetivo es la población adulta comprendida entre los 16 y los 65 años, ya que tanto los jóvenes como las personas adultas van a hacer uso de la aplicación.



- Nivel educativo: Son usuarios potenciales todas las personas con la formación digital mínima que les permita manejar dispositivos móviles y aplicaciones.

- Profesión: la población activa puede hacer un uso más completo de la aplicación porque además de potenciar su vida social, pueden beneficiarse de su uso en su actividad laboral.

- Criterio psicográfico (estilo de vida)

Nuestros usuarios no presentan un perfil psicográfico específico; precisamente nuestra app permite relacionar a personas con las mismas aficiones y hobbies sin importar cuales sean. Nos dirigimos a personas con carácter abierto, sociables, con inquietudes, interesados en ampliar su círculo social...

- Criterio empresarial

Sin embargo, distinguimos nuestros usuarios de nuestros clientes que se quieren publicitar en nuestra App. Empresas como por ejemplo de ropa o de deporte si se da el caso de un usuario que quiere ir con alguien a una tienda de una marca específica.

