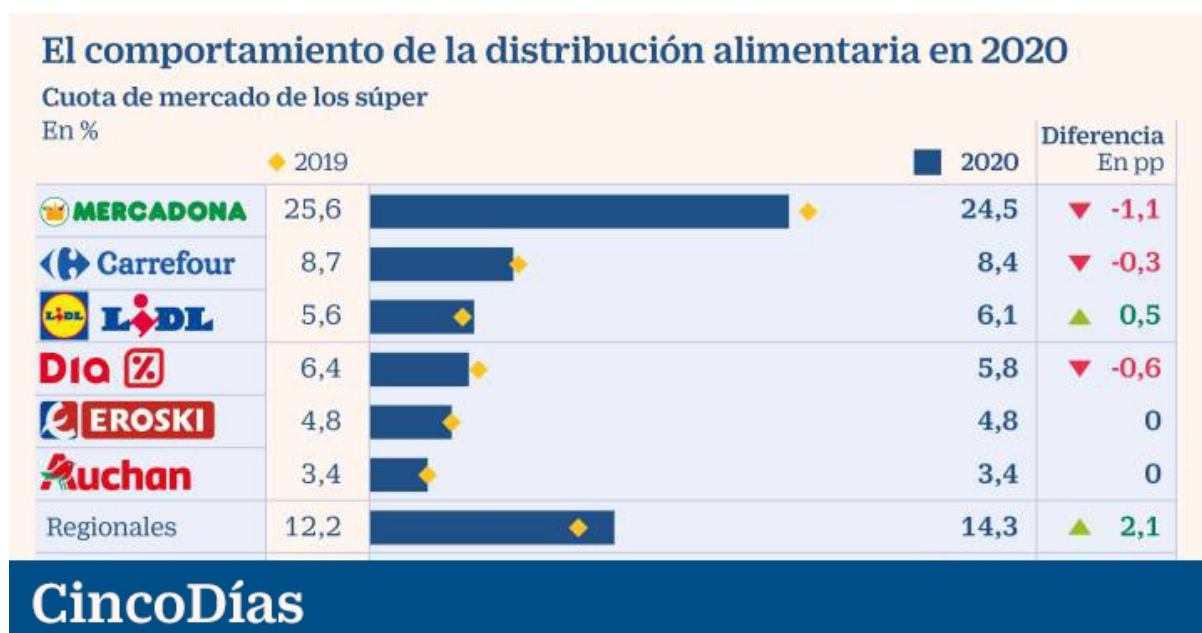


SEGMENTACIÓN DE MERCADO: LAIME.

Nuestro modelo de negocio se centra en un mercado multilateral, que está formado por dos categorías distintas:

- Los clientes directos son las cadenas de supermercados, que emplean en sus establecimientos nuestro sistema de compra Buy-Bye. Los productos de sus locales deberán estar registrados en la base de datos de nuestro software y permitirán el pago a través de nuestra aplicación.

Los supermercados con los cuales tenemos pensado trabajar y compartir la aplicación son Mercadona, Consum, LIDL, Aldi, Carrefour, y Alcampo, pues son los supermercados e hipermercados líderes en España. Como hemos dicho antes, estas empresas serán las encargadas de proveernos su inventario para poderlo introducir en la aplicación, y de esta forma, al escanear el producto en la App, la lectura y el cobro se desarrollará de forma correcta. Por lo tanto, Buy-Bye y las diferentes empresas podremos trabajar de forma coordinada.



(https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/02/16/companias/1613470487_211290.html)

Por otro lado, cabe destacar que tenemos opción de ampliación. Nuestra aplicación puede emplearse en otros sectores de la actividad comercial, además del sector de la alimentación, por ejemplo a tiendas de textil y calzado, deportes como Decathlon o de mobiliario como Ikea.

- Otro cliente directo son las empresas que deseen anunciarse, como los fabricantes de productos que se venden en los supermercados. Por otro lado, los propios supermercados que quieran publicitarse (por ejemplo, resaltar sus propias ofertas) también contarán con la posibilidad de hacerlo.
- Por último, como clientes directos se encuentran las empresas interesadas en comprar datos obtenidos mediante la aplicación, puesto que son valiosos para estudios de mercado.

- Los clientes indirectos o usuarios son los propios compradores de los supermercados que han descargado y utilizan nuestra aplicación para agilizar sus compras. Harán uso de nuestra aplicación para la localización de los productos a través del mapa, el escaneo de los productos y el pago final de la compra.

En cuanto al perfil de los usuarios a los que nos dirigimos, son personas de entre 18 y 65 años, es decir, personas activas con muchas ocupaciones laborales, familiares, de ocio, etc. En resumen, personas para quienes el ahorro de tiempo es importante, que tengan una mentalidad abierta a los cambios y que utilicen los modernos sistemas de pago online y mediante tarjeta.

En cuanto al género, es un criterio irrelevante puesto que hoy en día tanto hombres como mujeres se encargan hoy en día de las compras en el supermercado. Por lo referido al nivel educativo y la clase social también es indiferente puesto que los únicos requisitos son disponer de un teléfono móvil y tener los conocimientos básicos para utilizar las aplicaciones que se instalan en ellos.