

Segmentación de mercado

***En este apartado debéis definir el cliente o clientes a los que vais a dirigiros, ya que éstos son el objetivo que queréis alcanzar con vuestro negocio o proyecto.**

Tras un estudio comparativo para averiguar los aspectos medios de nuestros potenciales consumidores hemos podido segmentarlos según los siguientes criterios:

1. Criterios de segmentación geográficos

En un comienzo nos situaremos y enfocaremos objetivamente en los ciudadanos salmantinos, tomando la ciudad como referencia en primera instancia.

2. Criterios de segmentación demográficos

Aunque no hay un límite de edad en estos criterios, si hay mayoría en cuanto un rango desde los 18 a 30 años de edad, tanto hombres como mujeres, y con unos ingresos desde bajos entre los más jóvenes a medio y medio-alto en los usuarios de más edad.

3. Criterios de segmentación psicográficos

Personalidad abierta, natural y divertida, con un estilo de vida poco complicado, los amigos son unas de sus prioridades y hace parte de una clase social media.

4. Criterios de segmentación por comportamientos

De nuevo, personas abiertas, desenfadadas, atrevidas, directas y relativas a una frecuencia de visita semanal a locales de ocio nocturno, con un gasto medio no superior a 15 euros.

En conclusión, no hay unos límites definidos para nuestros usuarios ya que varían mucho; Monke puede ser usada tanto por un estudiante universitario como una persona mucho más madura en posesión de un dispositivo móvil compatible con la aplicación y es que una de las principales características de esta aplicación es su interfaz sencilla, casi intuitiva