

# **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