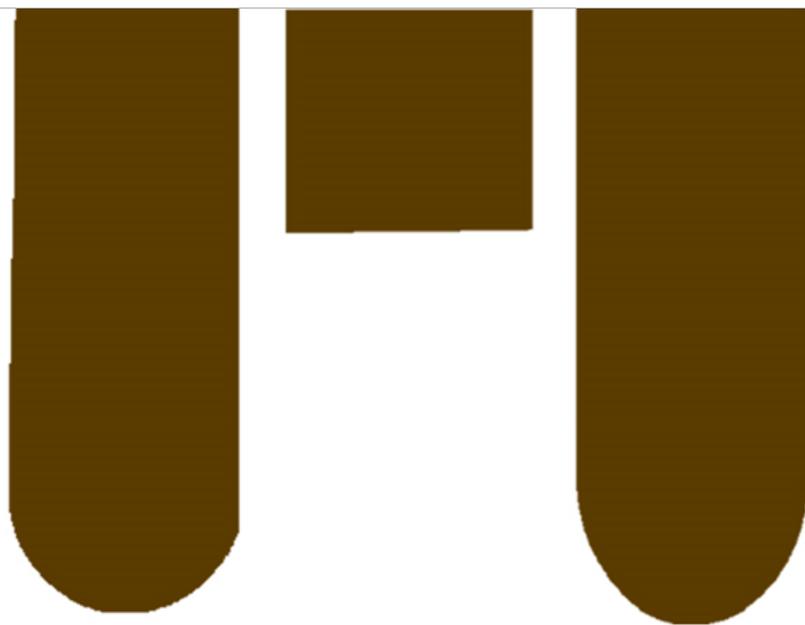




Proyecto StartInnova



Helpets

CARMEN GARCÍA, MARIA DE LA CRUZ Y HÉCTOR RODRÍGUEZ
IES CONDESA EYLO ALFONSO

Segmentación de mercado

Los clientes son el corazón o motor de cualquier modelo de negocio, ya que sin ellos ninguna empresa puede sobrevivir en el tiempo, pero existen multitud de tipos o grupos de clientes y hay que identificar con la mayor exactitud a cuáles de ellos nos vamos a dirigir. Por las características del producto que ofrecemos al público el tipo de mercado que más se adecua es el Segmentado.

Buyer Personal o Client Print

Para representar de una mejor manera a los clientes a los que nos dirigimos hemos creado un Buyer Personal o Client Print, es decir, un cliente ideal semificticio, elaborado con información que previamente hemos recabado.

De esta manera podemos estructurar y poner en contexto a nuestra empresa de una mejor manera. Consiguiendo en consecuencia, una mejor asignación del tiempo, tareas y en general de la organización dentro de la empresa, además de mejores estrategias para atraer a más clientes.

	Localidad Originaria de Bocairent, aunque residente en Valencia ciudad.	Más sobre ella Actualmente comparte piso con dos amigas con las que estudió y con Firulais, su perro. Su casa está ubicada entre el centro de Valencia y su lugar de trabajo; en el barrio de Ruzafa. Elegió este trabajo ya que le encantan los animales y siempre que puede, pasa tiempo con ellos. Le apasiona hacer senderismo con Firulais y, siempre que pueden, se van al pueblo de Sofía para poder disfrutar de la libertad que ofrece un pequeño pueblo y el campo. A Sofía y Firulais les encanta conocer gente nueva ya que ambos son muy sociables y extrovertidos, suelen asistir a Expo Mascotas y eventos similares, para ampliar su círculo de amistades.
Nombre Sofía		
Edad 36 años	Estado civil Soltera	
Nivel de educación más alto Grado Superior	Redes sociales     	
Puesto Recepcionista		
Industria Oceanografic		

Aspectos demográficos: personas de 30-70 años, dando igual el estado civil, género o sexo.

Aspectos psicográficos: están dirigidos a personas a las que le gustan los animales tenemos en cuenta la personalidad de las personas con mascotas quienes son seres sociables, alegres y amigables.

Aspectos geográficos: personas que viven tanto en ciudades como en pueblos en la Península Ibérica (España y Portugal) Además, nuestro centro neurálgico está ubicado en una zona clave, Madrid, teniendo así buena comunicación entre las distintas comunidades ya que Madrid está considerado el punto clave en comunicación.

Segmentación de nuestros clientes

Dentro de lo que son los clientes objetivos y con las características que ya hemos visto, también hemos decidido analizar y segmentar las mascotas de estos, para de esta manera conocer un poco más a quien va a usar el collar, es decir, la mascota en sí.

