

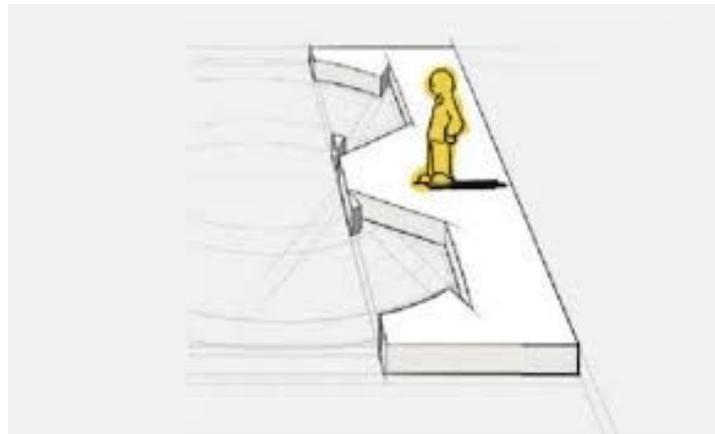
SEGMENTACIÓN DE MERCADO



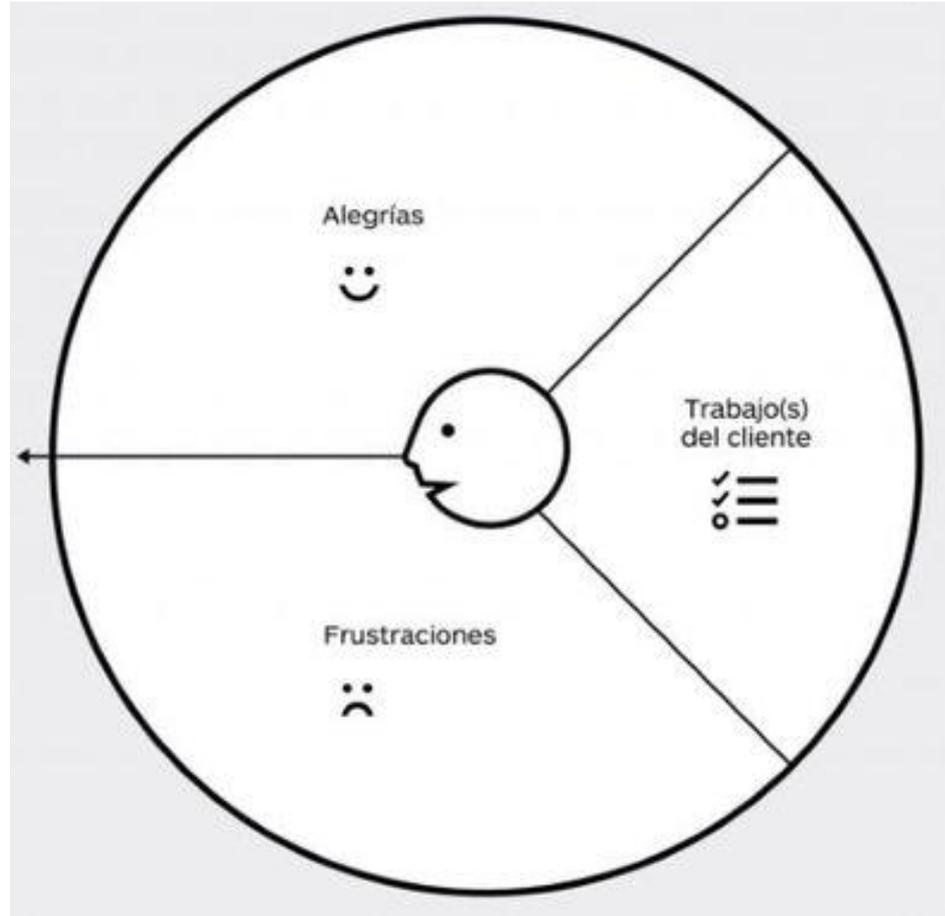
Juan Jaso Sousa
Hugo Lucas Sanz
Rubén Núñez de Rojas
Sara Álvarez Méndez

En este módulo define los diferentes grupos de personas o entidades a los que se dirige una empresa.

Las empresas deben seleccionar, con una decisión fundamentada, los segmentos a los que se van a dirigir y, al mismo tiempo, los que no tendrán en cuenta. Una vez que se ha tomado esta decisión ya se puede diseñar un modelo de negocio basado en un conocimiento exhaustivo de las necesidades específicas del cliente objetivo.

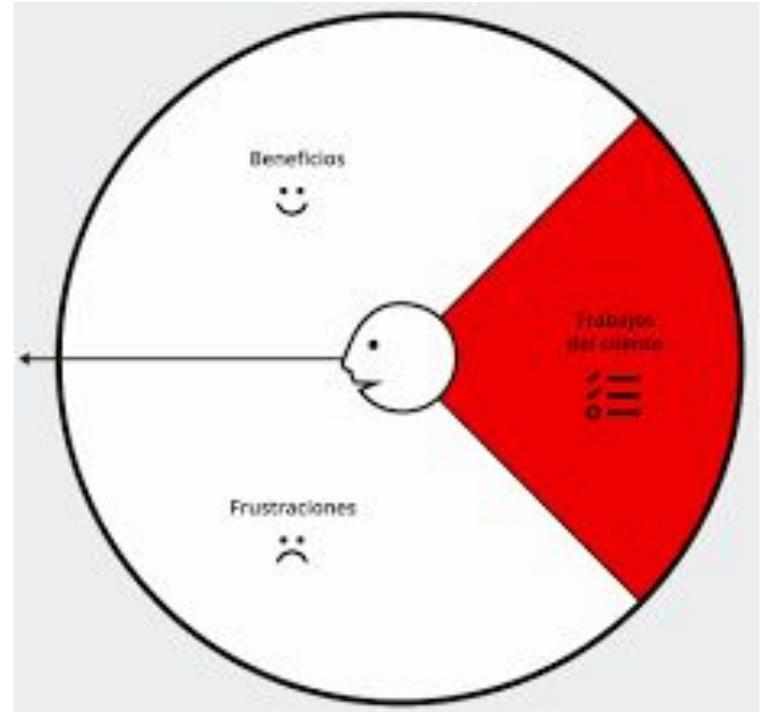


SEGMENTACIÓN DEL MERCADO



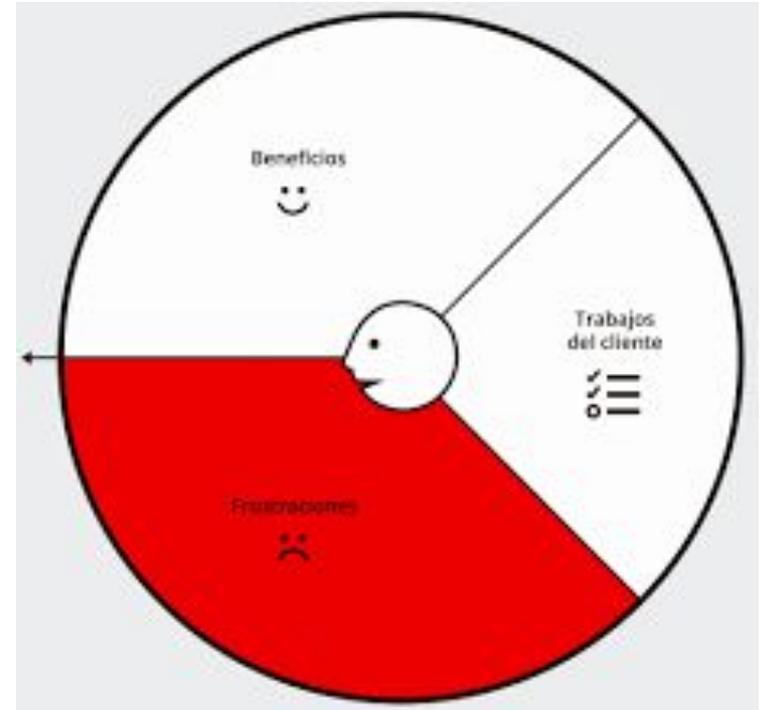
Trabajos (Necesidades) del cliente

- ❖ Realizar actividad deportiva
- ❖ Los clientes necesitan satisfacer sus necesidades relacionadas con el ocio.
- ❖ Poder practicar el deporte que te gusta y progresar en él.
- ❖ Pasar un buen día con amigos o familiares.



Frustraciones

- ❖ Alto coste de las actividades.
- ❖ Dificultad para encontrar este tipo de servicios de manera agrupada.
- ❖ Preocupación por dónde dejar a los niños.
- ❖ No tener un lugar donde comer o pasar el día.
- ❖ Dificultad al aparcar.
- ❖ No tener buena forma física.
- ❖ No disponer del material necesario para realizar las actividades.



Alegrías

- ❖ Pasar un buen rato.
- ❖ Poder relacionarse con más personas.
- ❖ Fortalecer vínculos con personas de su entorno familiar.
- ❖ Conocer gente con sus mismos gustos y pasiones.
- ❖ Experiencias memorables.

