



SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

La segmentación de clientes o mercados es el proceso en el que las empresas evalúan y dividen a sus clientes en categorías específicas para poder satisfacerlos de una manera óptima consiguiendo una mejor rentabilidad para la empresa.



Queremos que nuestra empresa esté orientada principalmente a personas con una amplia conciencia con el medio ambiente, ya que intentamos proteger la tierra para poder vivir en un mundo más saludable. Esto será gracias a que reciclaremos el aceite usado para hacer mayoritariamente productos de cosmética y cuidado personal.

En esta empresa hemos dividido los segmentos de mercados según los siguientes criterios:

1. Cuando hablamos de **segmentación geográfica**, nos referimos al espacio físico de la empresa. En nuestro caso, nuestro lugar de trabajo será en algún local ubicado en la ciudad de Valladolid, sin embargo, también tendremos una tienda online en la que se puedan comprar nuestros productos en otros lugares de España.
2. **Demográficamente**, nuestros productos no tendrán ningún tipo de limitación en cuanto a la edad o género del cliente. Solamente estará enfocado a personas con conciencia medioambiental.
3. Dentro de la **segmentación conductual**, tendremos en cuenta el comportamiento de los clientes a los cuales le brindaremos confianza y seguridad de que nuestros productos serán 100% ecológicos y de calidad.





4. Después de analizar la **personalidad de nuestros consumidores**, nuestros productos estarán adaptados a personas con un estilo de vida saludable y un pensamiento abierto a todo lo relacionado con la ecología ayudando así al medio ambiente

Teniendo en cuenta cada uno de los segmentos antes mencionados, podremos **garantizar** que nuestros productos estarán en el mercado de una manera detallada para **satisfacer las necesidades de los clientes** que confían en nuestros servicios

