

Segmentación de mercado

Las pantallas están dirigidas principalmente a las oficinas de farmacia y/o parafarmacia pero las puede adquirir cualquier franquicia o establecimiento si requiere de su necesidad.

En el área farmacéutico esta segmentación se divide en dos, en función a la amplitud de la oficina de farmacia y/o parafarmacia. Ofreciéndoles así pantalla de diferentes tamaños y con diferentes opciones para añadir en las pantallas, para que se ajusten a las medidas exactas del local.

para las diferentes opciones se tienen en cuenta el tamaño de las farmacias y/o parafarmacias.

Para las oficinas de farmacia y/o parafarmacia de mayor tamaño se ofrecen pantallas de mayor diámetro, por lo que son más grandes y de mayor coste económico.

Para las oficinas de farmacia y/o parafarmacia más pequeñas se ofrecen pantallas de menor diámetro, por lo que son más pequeñas y de menor coste económico.

Esto siempre depende de las necesidades de cada farmacia ya que el propietario comprador puede adquirir el tamaño que mejor se ajuste a sus preferencias o necesidades.

El público diana de la empresa será los propietarios de las oficinas de farmacia y/o parafarmacia, franquicias, establecimientos, locales...

Que necesite o requiera la instalación de pantallas digitales.

Estos clientes se caracterizan por tener un poder adquisitivo medio/alto y una edad comprendida de 18 hacia adelante sin tener un límite de edad para su adquisición.

