

2. SEGMENTACIÓN DE MERCADO



Después de hacer un gran trabajo de investigación de mercado para saber que parte de la sociedad es más adecuada para vender nuestro producto hemos obtenido como resultado de múltiples trabajos que nuestra empresa deberá de ir dirigida a la población de mediana edad, es decir, a la población que tenga entre 35 y 55 años, esto es debido a varios criterios que hemos pensado que son fundamentales a la hora de que la población compre nuestro producto. Hemos tenido en cuenta el poder adquisitivo que tiene este grupo de personas de entre 35 y 55 años, esto es, por lo general estas personas ya llevan unos años en el mercado laboral por lo que tienen más solvencia para poder afrontar el desembolso inicial necesario para obtener nuestro producto, hemos visto como una característica importante que tenga una casa propia, además a que una persona que viva en una casa de alquiler es más probable que no este dispuesta a afrontar una inversión para una casa la cual no es suya, es importante que tenga una cierta cantidad de dinero ahorrado para que de esta forma pueda afrontar la inversión que supone nuestro producto, también hemos tenido en cuenta que es necesario un terreno o un espacio donde colocar las placas, por lo que hemos visto que es más fácil que una persona que esta dentro de este grupo de edad tenga estos requisitos.

También pensamos que nuestra empresa tiene que ir dirigida a este grupo de personas debido a que creemos que están más concienciadas con el medio ambiente que las personas de mayor edad, por lo que pensamos que esto será una motivación a la hora de escoger este tipo de mercado como es el de la energía limpia y sostenible.

También creemos que valorarán las posibilidades de personalización del producto, esto es, la gran variedad de modelos que ofrecemos. Según los estudios que hemos realizado también hemos conseguido saber que las personas que están en este intervalo de edades, están más dispuestas a realizar la inversión debido a que ya saben muchas de sus ventajas comparándola con otros modos de obtención de energía, como puede ser la de contratar la luz con empresas como Iberdrola, etc... Ahora más que nunca sabemos el coste que esto conlleva por lo que a medio-largo plazo les saldrá bastante más rentable la instalación de placas solares.

El mercado en el que se encuentra Helios se trata de un mercado segmentado, esto es, un mercado dividido en segmentos más pequeños de demandantes que tienen diferentes necesidades, características y comportamientos que requieren estrategias o mezclas de marketing diferenciadas.

Características de nuestro cliente objetivo

- Población de entre 35 - 55 años
- Que tengan una casa a poder ser propia
- Que estén dentro del mercado laboral
- Que traten de ayudar en la lucha contra el medio ambiente
- Que tengan cierta cantidad de ingreso