

2. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

¿PORQUE HEALTHCALL?

Últimamente hay mucha gente de avanzada edad que tiene miedo de diferentes enfermedades cardiovasculares que le pueden suceder a su cuerpo a lo largo del día y por eso hemos decidido crear este producto.

¿A QUIEN VA DIRIGIDO?

Nuestro producto va dirigido a personas con enfermedades cardíacas o gente deportista que tenga miedo a sufrir una caída y pierda el conocimiento. Nuestro producto a la mínima que te suba o baje la tensión más de lo debido durante un periodo de tiempo específico llamara a la ambulancia directamente y así la ayuda llegará de inmediato.

Es muy útil por si algún día estás solo en casa o en el monte y te da un ataque cardíaco, la aplicación llamara sola a la ambulancia y con el chip GPS que tiene incluido no tendrán ningún problema en llegar y recojerte.

SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA

Las enfermedades cardiovasculares (ECV) son la primera causa de muerte en España. Según las estadísticas provisionales de 2019, ocasionaron 120.760 muertes, lo que supone el 32,5% del total (el 28,6% varones y el 36,8% mujeres).

Por grupos específicos de edad, la mortalidad por causa cardiovascular experimenta un crecimiento exponencial y se sitúa como la segunda causa de muerte de personas de mediana edad y como la más frecuente a partir de los 75 años.

Por eso hemos decidido hacerlo en España porque la tasa de muerte por ECV es demasiado alta y creemos que con nuestro producto podremos salvar muchas vidas y bajar esa tasa porque a pesar de que tenga diferentes usos, nuestra idea principal es que sea utilizado por personas de avanzada edad.

SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA

Nuestro producto es para hombres y para mujeres y como ya hemos dicho antes está pensado para gente de una edad sobre 75 años o superior pero puede ser para cualquier persona que sufra de enfermedades cardíacas.

Tendrá un precio que todo el mundo se pueda permitir ya que para nosotros es un bien de primera necesidad.

SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA

Nuestro producto también está diseñado para gente activa que haga mucho deporte y que tenga algún miedo de que le suceda algo como una caída o un golpe de calor que les deje inconsciente.

También está diseñado para gente con enfermedades cardiovasculares que suelen sufrir a menudo bajadas o subidas de tensión a pesar de que tengan una vida tranquila.

El interés de la gente que compre nuestro producto queremos que sea que no tengan preocupaciones cuando tengan algún tipo de peligro, que no se preocupen porque siempre van a estar seguros a pesar de que lo que les pasa es bastante grave.

SEGMENTACIÓN CONDUCTUAL

Nuestro producto será publicitado a gente con un historial médico al que le puede interesar, o a gente que suela buscar en páginas web como Amazon productos que puedan prevenir infartos o productos para control arterial.

¿QUE TIPO DE MERCADO TENEMOS?

Nuestra empresa está ubicada en dos tipos de mercado diferentes:

El primero es un mercado segmentado. Este tipo de mercado está formado por un grupo de consumidores que van a compartir una serie de necesidades comunes que los van a diferenciar de otros segmentos. Es decir, que van a responder del mismo modo o de una forma muy similar a las acciones de marketing que hagamos. De esta forma, nuestra comunicación conectará muchísimo mejor con nuestro público objetivo. El objetivo por lo tanto será identificar esos segmentos y tratar de ofrecerles una propuesta adaptada a sus necesidades.

El segundo es un nicho de mercado. Este tipo de mercado están fundamentados en reconocer en la segmentación una nueva oportunidad de negocio surgida de necesidades insatisfechas para luego ser explotadas económicamente por una empresa, pero también puede ser porque no hay suficientes empresas para abastecer esa necesidad. Nos basamos en que este negocio ha cogido las mejores ideas de negocios parecidos al nuestro y las hemos juntado en un mismo negocio.