



## Proyecto de Empresa

### 3. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Nuestro producto, en un principio, va a estar enfocado a empresas e instaladores, pudiendo utilizarlo también estudiantes, aunque la idea es seguir trabajando en la aplicación y ampliar los servicios prestados, de tal manera que en un futuro se pueda tener más usos para otros sectores, como, por ejemplo, calcular las calorías necesarias para calefactar una estancia, etc.

Las características principales de nuestros clientes es que son instaladores eléctricos autorizados o estudiantes en proceso de formación para tal fin.

Para fidelizar a los usuarios se ofrecerán planes de pago con ofertas anuales. Ofreceremos una versión gratuita con acceso restringido que se mantendrá con la publicidad, una versión básica sin publicidad y una versión plus que contará con accesos especiales a diversas herramientas y accesos prioritarios a actualizaciones y ampliaciones.

Para empresas grandes, hemos pensado en la versión plus, que permitirá hacer varios proyectos a la vez y tener opción a utilidades más complejas de la aplicación. Para los estudiantes, por ejemplo, está la versión gratuita publicitada, ya que será una aplicación con un contenido más simplificado. Para pequeñas empresas instaladoras y para autónomos está la versión básica, que tiene acceso profesionalizado a la plataforma sin ningún tipo de publicidad.

### SEGMENTACIÓN DE MERCADO

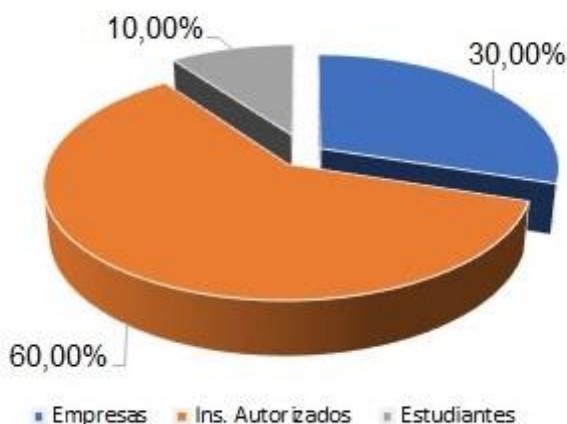


Figura 1- Segmentación de Mercado



## Proyecto de Empresa

De lo anterior se deduce que la segmentación de clientes se lleva a cabo en base a criterios personales: por la profesión que desarrollan; en base a criterios psicológicos: motivación de compra del producto; en base a criterios conductuales: fidelidad al producto y regularidad en la compra; y, en base a criterios de uso, puesto que nos centramos en los accesos a la aplicación que concentrarán las mayores ventas y dejaremos de lado a los usuarios ocasionales.