

SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

Nuestra propuesta de valor está claramente enfocada a un mercado de nichos, ya que ofrecemos productos para clientes veganos y vegetarianos. Es decir, nuestros productos están dirigidos principalmente a aquellas personas que han tomado la decisión de eliminar los productos animales de su dieta alimenticia. Este tipo de clientes se caracteriza por tener un marcado compromiso con el medio ambiente y con la salud. Además, nuestros productos también podrán ser adquiridos por personas que su necesidad en ese momento sea comer algo sano o saciar su hambre, sin que sean vegetarianas o veganas.

Para segmentar nuestro mercado tenemos en cuenta los siguientes criterios:

✓ CRITERIO GEOGRÁFICO

Nuestras máquinas expendedoras estarán situadas estratégicamente en las principales ciudades de Asturias, Oviedo, Gijón y Avilés que son los sitios donde hay más consumidores de nuestro producto. Esta situación estratégica hace referencia a colocar las máquinas justo donde las personas las necesitan. Estos lugares son las estaciones de transporte público, hospitales, universidades, parque principado y en distintos puntos estratégicos donde existen más máquinas de vending. En todos estos lugares consideramos que hay una afluencia de personas elevada, y muchas de ellas cumplen el perfil de ser nuestro público objetivo.

✓ PSICOGRÁFICO

Este criterio tiene en cuenta el estilo de vida y los intereses de los consumidores. Nuestros clientes se caracterizan por llevar un estilo de vida saludable, y contribuir al mantenimiento del medio ambiente. Cada vez hay un mayor número de personas que llevan este estilo de vida.



✓ DEMOGRÁFICO:

Según este criterio de clasificación no haremos gran diferencia ya que es un producto que puede interesar a todo el mundo, pero es cierto que en el caso de las máquinas que están situadas en las universidades, nuestro producto estará destinado principalmente a jóvenes universitarios. Este hecho afectará al precio de nuestros productos, ya que nuestras máquinas ofrecerán los productos a un precio más reducido que en el resto de las localizaciones.