

SEGMENTACIÓN DE CLIENTE

	<u>ÍNDICE</u> 1. Segmentación de clientes 2. Buyer persona
---	--

1. SEGMENTACIÓN DE CLIENTES:

-Público objetivo:

Nuestro público objetivo son personas de entre 18 y 45 años con un nivel de ingresos medio, las cuales se preocupan por el medio ambiente y las consecuencias que esto tendrá en un futuro. Principalmente, nos centramos en esa franja de edad, porque en estas edades hay muchos empresarios, padres, estudiantes, trabajadores, que durante todo el día se encuentran fuera de su hogar, no les da tiempo a ir a casa y por lo tanto tienen que comer fuera. Además, eso llevaría a estar gastando dinero todos los días y por eso necesitan envases resistentes, como los nuestros.

Les satisface una necesidad, por un lado, porque muchos días tienen que comer fuera de casa y prefieren no hacerlo en bares, restaurantes... También, les gusta que sea un producto reciclado con cáscaras de naranja y que sea cómodo, por eso nosotras proporcionamos un producto en el cual lleve todas las cosas necesarias para poder comer a gusto en la universidad, empresa, trabajo.

Entre los 18 y los 45: este grupo de personas buscan aquel producto que sea resistente a los golpes, ya que lo llevarían todo el día en sus respectivos bolsos, mochilas... y al mismo tiempo, que sea de un material reciclado como en nuestro caso son las pieles de naranja. Por último, buscan recipientes cómodos, ligeros y de buena calidad.

Y es por eso, las necesidades de nuestro público objetivo:

- En primer lugar, poseer un envase que ocupe poco, sea muy resistente a los golpes y también que tenga varios compartimentos dónde vayan los cubiertos.
- De una forma u otra, buscan cuidar el medio ambiente a través de productos reciclados.
- Como también una estética bonita pero al mismo tiempo que sea muy práctica.

- Por último, también buscan la comodidad, es decir que con el recipiente puedes llevar todo mejor.

2. BUYER PERSONA:

Marta, 36 años.



Es una persona risueña y divertida.
Ella trabaja como profesora en un colegio de primaria.
Le encantan los niños.
Tiene dos hijos de 3 y 6 años.
Vive con su marido en un residencial.
Es amante de los animales y el campo.
Su pasatiempo favorito es ir al gimnasio y pasar tiempo con su familia.
Ella siempre utiliza envases para llevar la comida al trabajo
Es fanática de los productos de proximidad.
Ella busca un envase cómodo, ligero y biodegradable, para que cuando la vida útil de este producto se acabe no dañe el ecosistema y el hábitat de muchos animales.

Javi, 21 años.



Es una persona culta y muy inteligente.
Estudia en la universidad de ingeniería industrial.
Le encanta ir a la biblioteca y leer muchos libros.
Pasa muy poco tiempo en casa.
Está muy implicado en la lucha contra el cambio climático.
Siempre compra productos de proximidad o sostenibles.
Necesita un envase ligero y reutilizable para su día a día en la universidad y además biodegradable, para reducir la huella ecológica.

Margarita, 40 años.

Es una persona agradable, honesta y moderna.

Vive en el centro de Valencia y está soltera.

Es una emprendedora cuyo negocio es de comida para llevar, utilizando productos de KM0.

Su pasatiempo favorito es pasear por la playa mientras hace deporte recogiendo plásticos de la orilla del mar.

Es muy responsable con el medio ambiente. Le gusta comer sano y variado.

Busca envases que sean reutilizables y biodegradables para no generar residuos al medio ambiente. Además de que **TAR-TAP** usa como principal material de fabricación las cáscaras de naranja, un producto local de su ciudad.

Al paladar

Al paladar es una empresa de comidas para llevar.

Se localiza en el barrio de Benimaclet (Valencia) y es un local comprometido con el medio ambiente.

Por ello quieren cambiar todos sus envases de plástico por recipientes reutilizables y biodegradables para así, ayudar a combatir el cambio climático.