

SEGMENTACION DE MERCADO

Es necesario conocer qué clientes son los que necesitan nuestro servicio, que son tanto los clientes que acuden a nuestro servicio como los que queremos que lo hagan en un futuro. Nuestros clientes van a ser de la provincia de Burgos, tanto niños como niñas de 5 a 12 años principalmente, cuyos padres tengan una renta media-alta, ya que un servicio exclusivo supone un precio más elevado. Especialmente serán niños que tengan miedo al dentista y cuyos padres vean una solución a este problema con nuestra empresa.

Dentro de nuestros clientes tenemos diferentes tipos: los innovadores serán aquellos padres que lleven a sus hijos a nuestra clínica, por probar la novedad y no porque realmente lo necesiten. Después, se encontrarían los Early adopters, que son aquellos que necesitan realmente acudir a nuestra clínica porque sus hijos no se atreven a acudir al dentista, debido a que le tienen mucho miedo. Estos son los clientes más importantes, ya que si están satisfechos con nuestro servicio correrán la voz haciendo que la mayoría precoz acuda a nosotros.

Más tarde, la mayoría tardía va a acudir a nuestra clínica porque ven que los demás lo hacen y no quieren quedarse atrás. Y por último, los rezagados acudirán al ver que a los demás les funciona, aunque a ellos no termina de convencerles y le siguen sacando pegos.

Utilizaremos una estrategia indiferenciada, ya que nuestros clientes reúnen las mismas características generalmente.

Es necesario realizar un estudio de mercado que ofrezca información sobre cómo son los clientes y la competencia.

Realizando una entrevista a diferentes padres y sus hijos hemos detectado que nuestro “target” van a ser niños/as de entre 5-12 años que vivan en la provincia de Burgos. Generalmente los padres tienen un nivel de renta medio-alto y estarían dispuestos a pagar un poco más que en el dentista habitual para evitar el sufrimiento de sus hijos.

Les gusta mucho la idea de la clínica pero varios de ellos mencionan que deberíamos ubicarla en un sitio que sea muy accesible y de fácil aparcamiento, como por ejemplo un centro comercial como el Carrefour.

Habitualmente es la madre quien lleva a los hijos a un dentista normal, no especializado para niños, una vez cada dos meses. Normalmente llevan a sus hijos a ese dentista porque lo conocen, ya que es al que acuden ellos, y por ello les da seguridad. Además afirman que no han tenido la oportunidad de acudir a un dentista especializado para niños, ya que no hay ninguno en la zona y que acudirían al nuestro sin pensárselo.

Sin embargo, algunos afirman que un elevado precio les haría pensarse si merece la pena o no acudir a nuestra clínica.