

### 3. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Nuestros clientes serán el consumidor final al que se le entregará el servicio. Nuestra clientela de mercado abarca tanto tempranas edades como generaciones de avanzada edad.

Económicamente no deberían tener problemas para contratar nuestros servicios pues contaremos con tarifas y planes asequibles, además de servicios gratuitos como puede ser una línea telefónica para los momentos de estrés. El objetivo es que al paciente no le resulte gravoso el servicio porque el coste del mismo será derivado a los servicios públicos de salud y a las aseguradoras privadas con las que estableceremos un convenio de colaboración.

Identificamos a los clientes a través de sus datos personales proporcionados físicamente, por teléfono o por la página web oficial. Respetando la legislación vigente sobre protección de datos.

Nuestros clientes también serán clasificados por orden de gravedad para distintos asuntos o departamentos de la compañía.

Los clientes serán divididos en varios grupos, dependiendo de la gravedad de su problema y de su franja de edad. Por ejemplo, habrá psicólogos y psiquiatras infantoadolescentes, los cuales atienden desde niños hasta adolescentes que estén por debajo de la mayoría de edad; habrá psiquiatras que están especializados para la juventud y mediana edad los cuales serán capaces de ayudar a esos dos sectores; y por ultimo, habra especialistas experimentados en el sector de la edad anciana.

Nuestro servicio se encuentra en fase de introducción, puesto que hay mutuas y servicios de medicina privada con psiquiatría y psicología integrados pero no existe un servicio que trate únicamente de este sector. Por lo que aún habría que evaluar lo que opina la gente y cómo lo recibiría.

