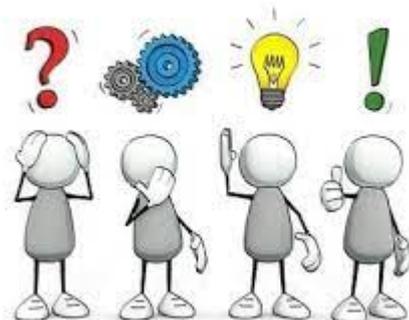


ÍNDICE

1. COMPORTAMIENTO
2. PSICOGRÁFICO
3. DEMOGRÁFICO
4. GEOGRÁFICO
5. PÚBLICO OBJETIVO
6. BUYER PERSONA



1. COMPORTAMIENTO.



El comportamiento de nuestros consumidores consiste en querer solucionar un problema rutinario que sufren contratando nuestros servicios, gente que padece de falta de tiempo y busca conseguir sacarle provecho a las comidas saludables que servimos y tiempo de

realización de ellas, buscan un servicio fácil de contratar y resolutivo con los que puedan lidiar contra su gran problema día a día.

Gente que busca el ahorro de tiempo para practicar sus hobbies favoritos, aprovechar para realizar una afición o consumir un servicio.

En la sociedad cada vez los hábitos de consumo son menos saludables, esto es uno de los problemas más graves que se nos presenta junto a los hábitos de reciclaje, ya que la gente no es consciente de ello y debemos detener y cambiar estos debido a que se convierten en rutina.

La mayoría de los consumidores buscan un hábito saludable, les gusta que su día a día sea lo menos pesado posible, aquí entra la alimentación, es fundamental llevar un hábito alimenticio de manera sana, logramos cumplir su necesidad gracias a nuestros menús y alimentos de kilómetro 0.



2. PSICOGRÁFICO.

Personalidad:

La mayoría de las personas que no tienen tiempo en casa para cocinar buscan entonces un hábito saludable, les gusta que su día a día sea lo menos pesado posible, aquí entra la alimentación, es fundamental llevar un hábito alimenticio de manera sana, logramos cumplir su necesidad gracias a nuestros menús y alimentos de kilómetro 0.

Este conjunto de rasgos diferencian a nuestros clientes de los demás, piensan detenidamente y actúan enfrentándose a sus problemas.

Carácter:

Los rasgos, cualidades y circunstancias de nuestros clientes indican la naturaleza propia de su manera de pensar y actuar, por lo que se distingue de los demás.

Nuestros clientes muestran un rasgo resolutivo con un problema y una necesidad de enfrentarse a él y solucionarlo.

3. DEMOGRÁFICO.

Nuestro público objetivo se centra en personas entre 25-60 con un nivel de ingresos medio-alto. Pueden ser jóvenes solteros que necesitan ayuda y recurren a las ayudas de este servicio, o parejas/familias que necesitan organización de comidas y recurren a este servicio.

4. GEOGRÁFICO.

Nuestro público objetivo vive o trabaja en la ciudad de Valencia y cercanías.



5. PÚBLICO OBJETIVO.

Nuestro público objetivo son personas con un rango de edad entre 25-65 años, con un nivel de ingresos medio, que carecen de tiempo, no saben o no quieren cocinar, prefieren destinar su tiempo libre a otras tareas, preocupados por su salud y por tanto, buscan una alimentación saludable, con productos de kilómetro 0.

Nos centramos también en esta franja de edad porque suelen ser personas jóvenes, familias o empresarios que trabajan o estudian en Valencia y no tienen tiempo para cocinar, no saben o no les gusta, ya que son personas organizadas que llevan una estricta rutina y, por ello, no tienen tiempo para realizar actividades extra, es decir, actividades fuera de esa rutina y por ende necesitan recurrir a nuestros servicios de comida para optimizar el tiempo.

Les satisface una necesidad, por un lado, que es la optimización del tiempo una vez contratado nuestro servicio y el hábito de comer sano sin necesidad de cocinar gracias a nuestros menus y comidas de kilómetro 0 y, por otro lado, son personas que les guste que nuestros envases sean de plástico reciclado y sean reutilizables y nuestros medios de transporte sean de contaminación mínima.

Nuestro público objetivo se divide en los siguientes segmentos de clientes:

- EMPLEADOS DE OFICINAS
- FAMILIAS QUE TRABAJAN, CON HIJOS
- JÓVENES CON DEPENDENCIA ECONÓMICA
- MODELOS, DEPORTISTAS Y **PERSONAS PREOCUPADAS POR SU FÍSICO.**
- **GENTE MAYOR**



6. Buyer persona:

Myke Y William



Pareja con 3 hijas de 11, 8 y 7 años.

Myke es jefe de compras en una empresa internacional.

William es entrenador de fútbol en la universidad de su ciudad.

Su nivel de ingresos supera los 50.000€ anuales.

Clase media.

Son amantes del reciclaje y el cuidado del medio ambiente.

Colaboran en la recogida de residuos en el bosque y el mar.

Tienen un modo de vida sano y saludable ya que les gusta la comida de calidad y son personas que se preocupan por su bienestar.

Enseñan a sus hijas su amor por la naturaleza y el cuidado del medio ambiente.

Compran la mayoría de sus productos en los locales de comida para llevar.

Buscan relación, calidad, precio y cuidar el medio ambiente.

Cristina



Estudiante de magisterio.

Trabaja como camarera en un restaurante.

Tiene un ingreso mensual de 1000€.

Comprometida con el medioambiente.

Es intolerante a la lactosa.

Le gusta el tenis.

Tiene una cuenta en instagram donde sube fotos de sus comidas.

Está en un piso de estudiantes con 2 compañeras y los fines de semana va a ver a sus padres a su ciudad.

Busca un local comprometido con el medio ambiente, original y con comida sana y que se adapte a su intolerancia.

Ana y Mario



Ana es contable en una empresa inmobiliaria.

Mario es profesor de economía en la Universidad de Valencia .

Su nivel de ingresos supera los 70.000€ anuales.

Todas las tardes Ana hace footing con sus amigos.

Les encanta la comida sana que tenga un toque diferente.

Buscan la comodidad a la hora de comer ya que no les gusta cocinar y tampoco tienen el tiempo suficiente.

Vienen solos con su perro cerca de la playa de Valencia .

Les gustan los animales y cuidan mucho el medio ambiente.

Buscan un local que ofrezca comida sana, con productos de calidad y que tenga una amplia variación en sus comidas.