



Puesto que tenemos varios servicios, contamos con distintos públicos objetivos. Estos son totalmente independientes y diferenciados.

En primer lugar, hablamos de los **particulares**. Principalmente con este segmento, nos dirigimos a un público de edad media, entre 30 y 50 años, hombres y mujeres.

los cuales buscan cultivar sus propias hortalizas, ya sea por hobby, por no querer comprarlas en un comercio.

Para este target, podemos ofrecer nuestro servicio de alquiler de espacio, formación, en el caso de que no tengan conocimiento sobre el cultivo y/o hidroponía. Venta de material de cultivo como son las semillas, fertilizantes, etc.

Para conocer más a fondo a este target, hemos realizado un buyer persona específico, donde tenemos en cuenta sus necesidades, puntos de dolor, lo que le motiva a comprar, etc.

BUYER PERSONA PARTICULARES

SOFÍA DÍAZ NAVARRO



EDAD
35 AÑOS

SEXO
MUJER

OCUPACIÓN O PUESTO DE T.
PROFESORA DE PRIMARIA

ESTADO CIVIL
SOLTERA

DIRECCIÓN
VALENCIA

NSE
MEDIO-ALTO

NIVEL EDUCATIVO
CARRERA UNIVERSITARIA

TIPO DE CARÁCTER
Empática, sociable y tranquila

BIOGRAFÍA

Sofía es una mujer que le gusta dedicarle **tiempo** a las actividades que le apasionan, contar con **espacios personales** que le hagan sentir cómoda y estar a gusto. También le gusta **cuidar su mente y cuerpo**, es por esto, que se esfuerza por llevar una **vida activa** y una **alimentación saludable**.

PUNTO DE DOLOR

Quiere **cultivar hortalizas**, pero, al vivir en un piso, tiene **poco espacio** y no puede, además de que la **competencia** le ofrece hortalizas directamente. Con nosotros puede **cultivar y consumir sus propias hortalizas**.

¿QUÉ LE MOTIVA A COMPRAR?

Su principal motivación de compra es vivir la **experiencia** de poder **cultivar sus propias hortalizas**.

PERSONALIDAD

Extrovertido Introvertido

Sensitivo Intuitivo

Planeador Improvisador

Emocional Racional

¿CÓMO NOS ENCUENTRA?

A través de nuestra **página web**, realizando búsquedas de actividades relacionadas con el **autocultivo de hortalizas**.

¿QUÉ PERCEPCIÓN TIENE DE NOSOTROS?

Le **alegra** que por fin exista una empresa que le ofrece **cultivar sus propias hortalizas** y no solo comprarlas, ya que así sabe qué contiene. **Nos recomienda** a sus amigos y conocidos, por ser **innovadores**.

¿QUÉ PERCEPCIÓN TIENE DE NUESTRA COMPETENCIA?

La **competencia** le puede **aportar directamente el producto**, esto le puede servir para casos donde necesita las hortalizas **rápidamente**.

METAS U OBJETIVOS

Sus principales metas son tratar de realizar actividades que le aporten **beneficios** a su vida, así como **alimentarse de forma saludable** y ser **productiva**.

CANALES PREFERIDOS

Instagram	75
Facebook	85
WhatsApp	95
Blog	55
Youtube	65
Email	55
Podcast	55
LinkedIn	15
Offline	65

¿CÓMO LE PODEMOS AYUDAR?

Nuestro negocio le puede ayudar a cumplir su objetivo de **encontrar una actividad** que le aporte **beneficio**.

¿QUÉ CONTENIDO PREFIERE CONSUMIR?

Puesto que no tiene **conocimientos** sobre el **cultivo**, le gustaría recibir **formación** sobre ello. Ya que trabaja entre semana y los fines de semana aún le queda trabajo, el mejor formato sería **online**.

A continuación, explicamos nuestro segundo público objetivo, las **empresas**, por ejemplo, fruterías que habitualmente compran sus productos a proveedores que no se encuentran cerca, recorren muchos kilómetros y esto puede aumentarles el



precio de adquisición. Por lo que Verti-GO! es perfecto para estos comercios. Productos locales, que pueden encargarse o tener su propio espacio para realizarlo ellos mismos, esto puede ser una gran diferenciación de sus competidores.

También realizamos un buyer persona, para comprender mejor a este target.

BUYER PERSONA EMPRESAS

RAMÓN GONZÁLEZ GARCÍA



EDAD
40 AÑOS

SEXO
HOMBRE

OCUPACIÓN O PUESTO DE T.
DUÑO DE UNA FRUTERÍA

ESTADO CIVIL
CASADO

DIRECCIÓN
VALENCIA

NSE
MEDIO-ALTO

NIVEL EDUCATIVO
FP TÉCNICO SUPERIOR EN AGRICULTURA

TIPO DE CARÁCTER
SIMPÁTICO, EXTROVERTIDO Y ATENTO

BIOGRAFÍA

Ramón es un **autónomo** que heredó de su familia una **frutería**, siendo este su trabajo. Al ser un negocio que lleva generaciones en marcha, tiene **clientes habituales**, pero quiere introducir **innovación** y **diferenciación** en su empresa para conseguir incluso más.

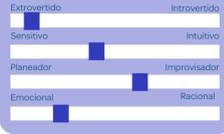
PUNTOS DE DOLOR

Ya que, debido a la aparición de numerosos **supermercados**, los clientes están alejándose de su frutería por comodidad, por lo que desea **diferenciarse** de la competencia y **fidelizar** su clientela y/o **conseguir más**.

¿QUÉ LE MOTIVA A COMPRAR?

Su principal motivación de compra es conseguir **diferenciarse** gracias a nuestros servicios y nuestra oferta.

PERSONALIDAD



¿CÓMO NOS ENCUENTRA?

Ya que busca diferenciarse, Ramón investigó en Internet y nos encontró a través de nuestro blog.

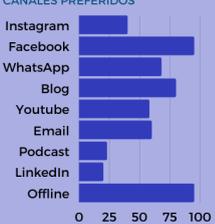
¿QUÉ PERCEPCIÓN TIENE DE NOSOTROS?

Nuestra oferta le **ilusiona**, ya que le permite **diferenciarse**, **impactar** a sus clientes e **innovar** en su ámbito, al poder vender frutas y verduras **cultivadas por él**, lo que al mismo tiempo le permite **incrementar el precio de venta**.

METAS U OBJETIVOS

Sus principales **metas** son **innovar** su negocio, así como conseguir **nuevos clientes**.

CANALES PREFERIDOS



¿QUÉ PERCEPCIÓN TIENE DE NUESTRA COMPETENCIA?

Ya que no contamos con mucha competencia y nuestra empresa tiene más **servicios**, ve en nosotros **puntos a destacar**.

¿CÓMO LE PODEMOS AYUDAR?

Nuestro negocio le puede ayudar a cumplir su objetivo de conseguir **diferenciarse** y lograr **vender más**.

¿QUÉ CONTENIDO PREFERE CONSUMIR?

Tiene pensado **alquilar un espacio** en nuestra nave para cultivar sus hortalizas, así como comprar una **estructura** para cultivo que pondrá en su **local**. De esta manera, logra **diferenciarse** de la competencia y llamará la **atención**, al ser algo **innovador** y **único**.