

## **2. SEGMENTACIÓN DE MERCADO**

Nuestra empresa está dedicada en su totalidad a satisfacer a clientes y ayudarles y facilitarles el trabajo en su día a día. Por esto mismo, debido a que la vida cotidiana de todos no es de la misma manera, aunque algunos de nuestros servicios vayan orientados a todo tipo de clientes, hay otros que están más dirigidos a un grupo de personas.

Por ejemplo, pedir comida a domicilio es algo que normalmente suele hacer la gente que en su día a día no cuenta con el tiempo necesario para cocinar, es decir, la gente que trabaja. Por eso, aunque cualquier persona pueda solicitar este servicio, creemos que va mayoritariamente dirigido a personas que trabajen, es decir, de entre 25 y 67, y también hay que añadir a este grupo todas aquellas personas más jóvenes que no tienen costumbre a cocinar, por lo que la franja de edad a la cual este servicio va destinada podría ser aquella entre los 16 y los 67 años, muy amplia. Sin embargo, hay otros servicios que cuentan con una franja de edad incluso más amplia y otros más reducida.

Cabe destacar que en un principio, la idea de Prestlin era ayudar a las personas de la tercera edad que consideramos que son aquellos que están más limitados a la hora de realizar ciertas tareas o actividades. Sin embargo, más adelante, pensamos en otro tipo de servicios que pudieran ayudar a otro tipo de clientes. En resumen, nuestros servicios van dirigidos a un mercado segmentado en el que somos conscientes del tipo de gente que solicitará cada uno de los servicios, no esperando por ejemplo una gran demanda de personas mayores en las charlas relacionadas con la sexología, aunque obviamente, como hemos mencionado, todos los clientes pueden solicitar cualquiera de los servicios.

Esta segmentación de mercado que nosotras realizamos en base a la edad, ya existe en el mundo actual, ya que son muchos los productos o servicios que van dirigidos a personas de una determinada franja de edad. En Prestlin, sabemos lo importante que es el apoyo de nuestros clientes para seguir adelante y es por ello que intentamos además, realizar esta segmentación de la mejor manera posible para que personas de la misma edad, con similares gustos y aficiones puedan conocerse, y de esta manera, crear amistad con ellas.

Por ejemplo, en las actividades que ofrecemos, cómo excursiones a parques de atracciones, a las que normalmente la mayoría serán personas jóvenes, además de que los jóvenes que participan en la actividad podrán disfrutar de una gran experiencia con gente de edad similar, podrán también conocer a esta gente, y tal vez en un futuro, verse de nuevo en su ciudad y comenzar una amistad. Al final la gente que acude a esta actividad, por ejemplo, tienen todos en común que les gusta la adrenalina y los parques de atracciones, por lo que a la hora de hacer amigos nuevos, es más fácil hacerlos si ya los conoces y más aún si compartes algún gusto o hobby.