

SEGMENTACION DE CLIENTES

El "Segmento de Clientes" en el modelo Canvas se refiere a las diferentes agrupaciones de personas u organizaciones a las que la empresa busca servir. Es una categorización de tus clientes con características y necesidades similares. Al identificar y comprender estos segmentos, podemos adaptar nuestra propuesta de valor y estrategias de marketing para satisfacer mejor las demandas específicas de cada grupo.

Identificar estos segmentos nos permite personalizar nuestra oferta, marketing y estrategias de servicio para satisfacer las necesidades específicas de cada grupo, mejorando así la eficacia de tu negocio.

Segmentación Demográfica:

- Jóvenes Profesionales: Personas entre 25 y 35 años que trabajan en entornos urbanos y requieren viajes seguros para llegar a tiempo.
- Familias: Padres que necesitan un transporte seguro para ellos y sus hijos.



Segmentación Geográfica:

- Áreas Urbanas: Focalizarse en zonas urbanas con alta demanda de servicios de transporte seguro.
- Zonas Residenciales: Ofrecer servicios de taxis seguros en áreas residenciales donde la seguridad es una prioridad.

Segmentación Psicográfica:

- Usuarios Tecnológicos: Aquellos que prefieren aplicaciones móviles para reservar y rastrear taxis, valorando la conveniencia y seguridad.
- Conscientes de la Seguridad: Personas que priorizan la seguridad en sus viajes, dispuestas a pagar más por un servicio confiable.

Segmentación Conductual:

- Clientes Frecuentes: Ofrecer programas de lealtad y descuentos para quienes utilicen el servicio con regularidad.
- Usuarios de Transporte Compartido: Atraer a aquellos que buscan alternativas más seguras a los servicios de transporte compartido convencionales.

Segmentación por Necesidades:

- Viajes de Negocios: Adaptar servicios para ejecutivos que necesitan viajar de manera eficiente y segura.
- Viajes Nocturnos: Ofrecer opciones de taxis seguros para aquellos que requieren transporte durante horas nocturnas.

Segmentación Socioeconómica:

- Clientes Premium: Ofrecer servicios premium con vehículos de gama alta y conductores altamente capacitados.
- Clientes con Presupuesto Limitado: Brindar opciones económicas sin comprometer la seguridad.

Segmentación por Preferencias de Pagos:

- Usuarios de Pagos Digitales: Integrar métodos de pago digitales para atraer a quienes prefieren transacciones sin efectivo.
- Clientes que Pagan en Efectivo: Ofrecer flexibilidad en opciones de pago, incluyendo efectivo, para adaptarse a diferentes preferencias.

Este plan de segmentación permitirá adaptar estrategias de marketing, tarifas y servicios para satisfacer las diversas necesidades y preferencias de los clientes, posicionando a la empresa de taxis como una opción segura y conveniente para todos.