

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

¿QUIÉNES SON NUESTROS CLIENTES Y SUS CARACTERÍSTICAS?

Nuestros clientes mayoritariamente van a ser equipos deportivos profesionales donde buscan en nosotros mejorar la capacidad física y mejorar el clima grupal. Los comportamientos hacia nosotros de los jugadores y jugadoras es como un entrenador pero más amistoso, puesto que vamos a prepararles los entrenamientos y dinámicas.

Nuestra clientela van a ser clubes deportivos donde la edad se va a mover entre los 16 y los 40 años. Por otro lado, no nos vamos a centrar solo en los clubes con equipos masculinos, sino que también vamos a hacer hincapié en los equipos femeninos.

Al haber un rango de edad tan amplio hemos decidido separarlos por las siguiente categorías:

1. Juveniles/junior
2. Equipos regionales
3. Equipos autonómicos
4. Equipos nacionales
5. Equipos semiprofesionales
6. Equipos profesionales

El precio también se ve diferenciado según la categoría. Puesto que no es lo mismo crear un plan de entrenamientos a un equipo de juveniles que a un equipo profesional.

1. JUVENILES/JUNIOR

En esta sección se encuentran aquellos equipos donde el rango de edad va desde los 16-19 años.

2. REGIONALES

La categoría regional se refiere a un nivel de competición que abarca una región geográfica específica, como una provincia.

3. AUTONÓMICOS

La categoría autonómica se refiere a un nivel de competición que abarca una comunidad autónoma en España o una región similar en otros países.

4. NACIONALES

La categoría nacional se refiere al nivel de competición que abarca todo el territorio de un país.

5. SEMIPROFESIONALES

La categoría semiprofesional se refiere a un nivel de competición donde los jugadores reciben alguna compensación financiera por su desempeño deportivo, pero no lo suficiente como para considerarse como su principal fuente de ingresos.

6. PROFESIONALES

La categoría profesional se refiere al nivel más alto de competición, donde los deportistas dedican su tiempo completo y reciben compensación financiera como su principal fuente de ingresos.

Teniendo en cuenta estas categorías, nos organizamos para tener el mayor conocimiento sobre nuestros clientes y saber sus preferencias para conseguir el objetivo que quieren lograr usando nuestros servicios. Por ello, le damos mucha importancia a la segmentación, puesto que sin nuestros clientes no existiría nuestra empresa.