

Segmentación del mercado

1. Características demográficas y socioeconómicas de los consumidores/clientes:

- Al ofrecer productos alimenticios, buscamos principalmente a personas entre 25 y 50 años, personas que tienen el capital y la independencia para tomar sus propias decisiones. En cuanto a su residencia, por el momento nos centraremos en clientes situados en la región de Vizcaya.
- Principalmente ,buscamos personas de clase media alta que cuenten con el capital suficiente para invertir más dinero en la compra a cambio de una mayor calidad.

2. Segmentos de clientes:

- Contamos con diferentes factores para determinar los diferentes segmentos de clientes en los que tenemos intención de fijarnos más, para empezar, buscamos una persona entre 25 y 35 años, preocupada por el medio ambiente y por la caída de la calidad de los productos de supermercado, una persona con suficiente capital como para permitirse gastar más en los alimentos que consume a cambio de alimentos más fiables de kilómetro 0.
- Siendo realistas es complicado que las personas de mayor edad cambien sus hábitos alimenticios, las personas más mayores no están concienciadas en el tema del cambio climático y no se inclinarán por una alternativa más verde por el simple hecho de serlo y las personas más pequeñas, aún estando mejor concienciadas sobre el cambio climático, no poseen el poder capital para llevar a cabo la compra semanal.

3. Necesidades de los clientes:

- El principal comprador de nuestros productos será la gente, personas concienciadas con el medio ambiente y dedicadas a consumir productos locales y de calidad. Además de esto, también planteamos un sistema mediante el cual nuestros proveedores puedan promocionarse en nuestra aplicación y redes sociales mediante promociones (pagadas, evidentemente).
- Las necesidades de nuestros clientes no serán de primera necesidad, sino que serán más una decisión de compromiso para promover la agricultura local ecológica y la alimentación con productos locales.

4. Usuarios, sus beneficios y propósitos:

- Como ya he mencionado en el anterior punto, no habrá ningún modelo específico de usuario que utilice nuestros servicios, y en cuanto a los propósitos de los que los utilicen, como ya he dicho estarán comprometidos a una alimentación que promueva la agricultura local.
- El principal beneficio de comprar nuestros productos es que estos son de origen 100% natural, provenientes de agricultores locales y de una gran calidad.

5. Tomadores de decisiones:

- En el proceso de compra, los tomadores de decisiones serán los propios clientes, quienes toman la decisión de comprar nuestros productos.
- En lo que respecta a sus necesidades, se podría decir que estos productos satisfacen las necesidades de primera necesidad de los consumidores, aunque también lo hacen el resto de supermercados. Sin embargo, lo que nos diferencia del resto es que en Landetxe ofrecemos productos de calidad y de primera mano a los clientes, satisfaciendo sus deseos de consumir productos de estas características.

