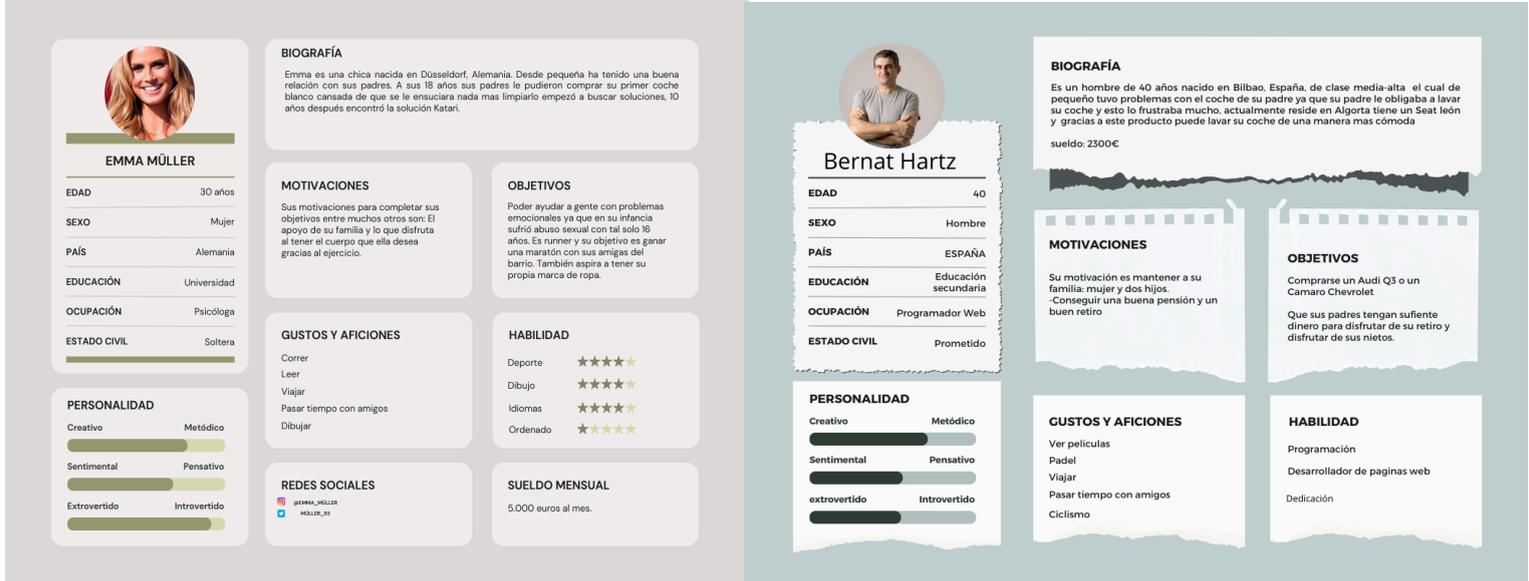


KATARI

Segmentación de Mercado

¿Quién es tu cliente? ¿Cuáles son sus características?



Hemos desarrollado 2 buyer persona para expresar de manera concisa nuestros filtros para dirigirnos a nuestros clientes, que por lo que se puede ver es un mercado amplio e internacional al que nos dirigimos pues nuestros productos se distribuyen internacionalmente y gracias a su intuitividad a la hora de usarlo, permite que por diferente que seas, sepas utilizarlo. En Katari nos dirigimos principalmente a gente que ronda los 25- 45 años pues son estos los que suelen cuidar más de su coche y estarían dispuestos a pagar por nuestro dispositivo. Al inicio de nuestra empresa, comenzamos cercanamente dirigiéndonos de manera más personal hasta conseguir la expansión a otras ciudades e incluso países. Centraremos nuestro foco inicial en las ciudades con mayor gente joven pues cada vez más los jóvenes van teniendo sus propios vehículos y como todo primer coche, aunque sea viejo lo querrás cuidar, de tal modo nosotros le daremos las herramientas adecuadas para hacerlo. En nuestro proceso de expansión, mantendremos los valores que nos hagan asentarnos en la gente más joven y la gente de mediana edad pero llegará un punto en el cual nos expandamos a la 3ª edad y los padres pues llegados a puntos donde nuestra producción sea mayor podremos abaratar costes, consiguiendo así un precio más asequible para aquellas personas que están pensando en ahorrar de cara a su jubilación o aquellas que ya están jubilados. Este sería el cambio más remarcable dentro de nuestro cliente ideal pues una vez controlada una franja de edad nos moveremos a la siguiente pues el auge de coches que estamos viendo reflejado en el crecimiento número de matriculaciones en el año 2023, respecto a los anteriores, afecta a edades muy variadas. Poco a poco hay menos personas mayores que no tienen carné de conducir pues que una única persona del núcleo familiar tenga coche es algo del pasado y por ello en Katari avanzamos hacia el

futuro hasta en el más pequeño de los aspectos, sin dejar de lado algo tan importante como a quien nos dirigimos.

Nuestra Encuesta

La mejor manera de saber si un producto funcionará en el mercado sin lanzarse a él, es hacer encuestas a los que podrían ser nuestros posibles clientes. Es por ello que hemos realizado una encuesta a personas reales para obtener una respuesta y tener una idea general de nuestro producto en el mercado español. En el link adjunto se muestran las preguntas realizadas;

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfsEyL37iOhsiJ_miRYn4c3omjp_pf6G6-pSGeqcqy4xU_D1g/viewform?usp=sf_link

