

SEGMENTACIÓN

Para realizar la segmentación tenemos que saber contestar a estas preguntas: ¿Quién es tu cliente? ¿Cuáles son las características de estos clientes?

En nuestro caso, utilizaremos la segmentación para encontrar buenos perfiles tanto de anfitriones como de nuestros socios. Algo esencial, a la hora de que un refugiado esté en buenas manos.

Objetivo de nuestra segmentación:

- Conseguir perfiles adecuados.
- Mejorar las vidas de los refugiados.
- Conocer mejor a nuestros clientes.
- Mejorar la conexión en procesos de marketing y atención a clientes.
- Tener reportes más útiles.

SEGMENTACIÓN DE FAMILIAS



Segmentación geográfica:

Principalmente comenzaremos acudiendo a Bilbao, Vizcaya, País Vasco. Ya que estamos empezando, comenzaremos con una única comunidad autónoma, y más adelante nos iremos expandiendo. Bilbao tiene un clima oceánico húmedo, esto no supondrá mucha dificultad para los refugiados a la hora de adaptarse al clima.

Segmentación demográfica

Se plantea llegar a audiencia que ya tenga un hogar y que esté económicamente estable. En España a partir de los 25 años la gente empieza a ser económicamente más estable. Por lo tanto pretendemos llegar a un público mayor de 25 años, sin tener en cuenta el sexo, si tienen hijos, preferencias,...ya que no discriminamos a nadie por ello. Que tengan un trabajo estable (da igual a que se dediquen), que hayan finalizado sus estudios y que estén trabajando. Tampoco tendremos en cuenta la cultura, pero se exigirá que las personas sepan respetar todas ellas y la nacionalidad no importa, siempre y cuando esas personas estén viviendo en Bilbao.

Segmentación psicográfica

Entre las familias acogidas, se intentará buscar gente empática, amable, con buena vida, buenos valores (respeto, honestidad...), buena actitud a la hora de tratar a los refugiados, y con único interés de ayudar a estas personas.

Segmentación conductual

Se buscará gente a la que le importe esta causa, que sea leal a nuestra aplicación, y que muestren interés en ayudar y mejorar la situación.

Segmentación por industria

Nuestra empresa pertenece al sector tecnológico/humanitario. En el mercado se encuentran apps como la de la cruz roja que permite donaciones para gente que en su país está viviendo un conflicto bélico.

La nuestra es innovadora, ya que, directamente les ofrecemos un hogar a estas personas, para que puedan refugiarse y sentirse seguras.

Segmentación analítica

Nuestros clientes nos descubrirán gracias a anuncios, redes sociales, eventos, a publicidad de organizaciones socias como: Unicef, Cruz Roja, entre otras.

SEGMENTACIÓN DE SOCIOS (ONG)

Segmentación geográfica:

Nos centraremos en ONG de Bilbao, Vizcaya, País Vasco; como por ejemplo Ongi Etorri Errefuxiatuak, aunque en este caso como las ONG solo nos proporcionarán a los acogidos podríamos contar con otros dos socios que trabajan a un nivel mayor: Unicef y Medicus Mundi.



Segmentación demográfica

Buscamos colaborar con ONG que se centren en refugiados y en cuidados de gente que están viviendo conflictos bélicos en sus países. Haremos una profunda investigación sobre ellos para asegurarnos de que son adecuados.

Segmentación psicográfica

Buscamos ONG que tengan buenos resultados. Nos importa los valores y actitud que tengan frente a estas situaciones, buscamos entidades: transparentes, sin ánimo de lucro, solidarios, humanitarios, altruistas, empáticos, entre otras cualidades. Por último tener buena actitud a la hora de trabajar; para nosotros tener buena relación con nuestro socio es esencial.

Segmentación conductual

Se buscarán entidades a las que les importe estas causas, que sean leales a nuestra aplicación, y que muestren interés en ayudar y mejorar la situación, contando siempre con nosotros..

Segmentación por industria

Nuestra empresa pertenece al sector tecnológico/humanitario. Buscamos socios que pertenezcan al mismo sector, y nos ayudamos el uno a otro a ser innovadores. Con la ayuda del poder de las entidades y nuestra innovadora app, cambiaremos el mundo.



PROYECTO STARTINNOVA REFUS

Segmentación analítica

Nuestros clientes nos descubrirán gracias a anuncios, redes sociales, eventos y a la publicidad que nos dará nuestro socio, ya que, tendrá mucho más alcance que nuestra pequeña empresa.