

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Lo primero de todo debemos identificar qué solución propone este producto a un campo de problemas y quiénes pueden ser los potenciales clientes. Este producto está principalmente dividido en dos tipos de clientes. Ambos potenciales clientes, poseen una particularidad, que es la movilidad reducida.

El primer tipo de cliente que podemos encontrar, es aquel que tiene una problema de movilidad reducida permanente, lo que provocaría la venta del mueble generando los ingresos correspondientes en un pago completo por el producto.

Por otro lado, tenemos aquel cliente que padece de un problema de movilidad reducida, sin embargo, este es solo de manera temporal. Para este tipo de clientes, ya que queremos tratar de maximizar nuestros ingresos, podemos ofrecerles un servicio diferente. Como es evidente, estas personas no van a querer pagar el precio completo del producto ya que solo los van a utilizar durante un número específico de meses y después no requerirán más de su uso hasta dentro de muchos años. Es por eso que este tipo de cliente optará por el servicio de alquiler del mueble, dándole así a nuestro cliente aquello que necesita y obteniendo beneficios a cambio nosotros también.

A todo esto también deberíamos sumarle que obtendremos alguna que otra venta de alguien que quizá no tenga ningún problema pero que opte por la compra de uno de nuestros productos por simple comodidad o porque alguna de sus características le resulte interesante, es decir, la funcionalidad del mueble.