

1. SEGMENTACIÓN

En cuanto a la segmentación, definimos los tipos de perfil del cliente al cual va dirigido nuestro producto. Respecto al tamaño y capacidad; el frigorífico está diseñado para aquellos clientes con familias numerosas, este ofrece una mayor capacidad de almacenamiento y características que facilitan la organización de alimentos para familias más grandes.

Por lo que corresponde a la conectividad y tecnología del frigorífico, a aquellos amantes de las últimas innovaciones; este está equipado con capacidades de IoT (Internet de las cosas) para la gestión remota, seguimiento de inventario sin importar el lugar en el que te encuentres (supermercado, trabajo ...) y acceso a funciones mediante una aplicación móvil como Netflix, Spotify, Whatsapp y muchas otras más. Además de esto tienes acceso a un asistente virtual de voz como Google Assistant o Alexa para realizar tareas a través de comandos de voz para esas personas que carecen de tiempo.

Por lo que corresponde al precio, este va dirigido hacia una clientela con un nivel socio-económico medianamente alto dado que el frigorífico está equipado con las últimas tecnologías del mercado.

Con respecto a las ventas, se empezaría a vender a nivel nacional y en función del auge de crecimiento, estudiaríamos el plan de venta para comercializarlo internacionalmente a través de páginas online.