

SEGMENTACIÓN

La segmentación de mercado para nuestra empresa de máquinas expendedoras puede realizarse considerando varios criterios que ayuden a identificar grupos de clientes con necesidades y características similares dependiendo de los productos o servicios que ofrezcamos. Además, tenemos en cuenta que las preferencias del consumidor pueden cambiar con el tiempo, por lo que es importante mantenerse actualizado con las tendencias del mercado y adaptar la oferta en consecuencia.

Para identificar a nuestra clientela hemos aplicado los distintos criterios de segmentación:

Demográfica: Nos dirigimos a todo tipo de población, pero sobre todo a los jóvenes, acostumbrados a una compra sin ninguna interacción el vendedor. Además de trabajadores que trabajan a pie de calle, o personas que necesitan compras de urgencia cuando las tiendas están cerradas.

Geográfica: Locales urbanos, situados en zonas de alta densidad de población, pero con pocos locales comerciales y ninguno con disponibilidad 24 horas.

Socioeconómico: Productos destinados a todo tipo de niveles económicos al ser productos de diferentes precios según la oferta gastronómica elegida.

Psicográfico: Destinado a personas con estilo de vida activo, no a personas sedentarias. Personas que hagan vida en la calle, con vida social activa. Además, deben ser personas acostumbradas al autoservicio y que se manejen en las nuevas tecnologías.

Comportamiento de compra: Realizaríamos un análisis de los productos más vendidos y de los que menos, para así darles importancia a los exitosos y buscar una fidelidad del cliente de alguna manera. Intentaríamos además medir la frecuencia de compra mediante escalas.

Ejemplo de perfil de cliente para nuestras máquinas expendedoras

Nombre: Lucía

Segmentación Demográfica:

- Edad: 27 años.
- Ubicación: Área urbana.
- Ingresos: Ingresos medios.

Segmentación Psicográfica:

- Estilo de Vida: Profesional ocupado, practica deportes regularmente.
- Valores: Preocupada por la sostenibilidad y la salud.
- Personalidad: Innovadora y dispuesta a probar nuevas opciones.

Segmentación Conductual:

- Frecuencia de Uso: Compra en máquinas expendedoras dos veces por semana.
- Lealtad a la Marca: Prefiere marcas con opciones saludables y sostenibles.
- Motivación de Compra: Busca snacks rápidos y bebidas energéticas antes de sus entrenamientos.

Segmentación Geográfica:

- Áreas Metropolitanas: Trabaja en el centro de la ciudad, donde hay alta densidad de máquinas expendedoras.

Segmentación por Tipo de Producto:

- Máquinas de Comida Caliente: Ocasionalmente elige opciones de comidas ligeras en máquinas expendedoras con opciones calientes.