

SEGMENTACIÓN DE CLIENTES

	<p><u>ÍNDICE</u></p> <ol style="list-style-type: none">1. Segmentación de clientes2. Buyer persona
---	---

1-SEGMENTOS DE CLIENTES

- ¿Quién es nuestro público objetivo?

Nuestro producto se dirige a personas de entre 25 y 50 años que viajan bastante por trabajo o por afición. La elección de este rango de edad se debe a la capacidad de libertad económica y disposición de tiempo libre. Trabajamos con gente madura con ideas claras. (Que sean activos en las redes sociales, pertenecen a una asociación contra el cambio climático)

Debido a su frecuencia viajando, buscan una forma de llevar el equipaje que sea ligera, cómoda y sostenible; producida con la hoja desechada de la piña- **Piñatex®**. Es entonces cuando nuestro producto entra en juego. Con nuestra mochila se evita tener que llevar una maleta que a veces, se debe facturar, con lo que se pierde mucho tiempo en el momento de viajar y aumenta considerablemente los costes

Por otra parte, una mochila con correas adaptables a la espalda es mucho más cómoda que la clásica maleta que se arrastra y tiene menos capacidad que nuestra mochila con la que se busca aprovechar al máximo el espacio. Todo esto, lo conseguimos teniendo presente el cuidado de nuestro planeta y entorno al 100%, ya que nuestro público busca contribuir de alguna forma al medio ambiente.

Si tu pasión no depende de los aviones, nuestra mochila se adapta a ti. Esta es impermeable y adaptada a diferentes ambientes climáticos. Vale para viajeros con amor a la montaña a la nieve y las alturas, a los más calurosos con pasión por la arena y el agua caliente con clima tropical. PinPak asegura ser duradera y adaptarse a todo tipo de ambientes.

Y es por eso, las necesidades de nuestro público objetivo:

- En primer lugar, poseer una mochila versátil, capaz de aguantar diferentes cambios de temperaturas, humedades y texturas sin cambios en el producto y su resistencia.

-Buscan cuidar el medio ambiente mediante productos reciclados.

-Tiene una estética bonita, pero a la vez muy práctica.

-Por último, buscan la comodidad, una mochila trae muchas más ventajas que una maleta dura, de plástico y con ruedas.

2- BUYER PERSONA

	<p>Esta es Sara, tiene 26 años</p> <ul style="list-style-type: none"> -Es una joven empresaria que trabaja desde su ordenador -Se ha criado en su pueblo y siempre ha estado en contacto con la naturaleza, la playa, la montaña... -Siempre le ha gustado mucho viajar -Desde pequeña ha sido muy curiosa, independiente... -Le gusta pasar tiempo con ella misma y desconectar -También es muy deportista le gustan los deportes exteriores, como la bici, el esquí, natación... -Ella tiene mucho tiempo libre
--	--

	<p>-Este es Andreu, tiene 22 años</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ha hecho un grado superior de ingeniería informática. Desde pequeño le ha llamado la programación y los robots. -Vive en un barrio, pero acostumbra a viajar mucho por trabajo. -Le apasionan los viajes - Le gusta mucho su trabajo, es muy planificado -Y siempre intenta hacer alguna escapadita en su viaje y visitar las ciudades que le permite el trabajo -Es aventurero y decidido, muy perseverante
---	--



Esta es Gemma, tiene 52 años

-Es muy deportista, apasionada de la playa y la naturaleza.

-Trabaja en una consulta de psicología, lo que le permite mucho tiempo libre

-Siempre le ha gustado mucho viajar

-Tiene dos hijas de 17 y 19 años.

Le gusta tanto viajar sola, dedicarse tiempo a ella, ir con sus hijas y enseñarles todo lo que les puede brindar la naturaleza.