

SEGMENTACIÓN DE MERCADO:

Nuestro servicio tiene como público objetivo a aquellos consumidores abiertos de mente que buscan conocer más acerca de otras culturas y sus gastronomías. El perfil de cliente que encaja con nuestros objetivos y valores es aquel respetuoso con otros estilos de vida y dispuesto a introducir en su día a día elementos procedentes de otras culturas. Además, nos dirigimos a aquellos consumidores que, a la hora de realizar sus compras, adoptan una actitud concienciada con el medio ambiente.

12. ¿Consideras importante que los supermercados adopten una actitud sostenible?

- Si 100%
- No

Nuestra atención se va a centrar especialmente, aunque no de forma exclusiva, en los grupos de edad de entre 25 y 55 años ya que, según el estudio de mercado que nuestro grupo ha realizado, son los que más atraídos se sienten hacia la gastronomía de otras culturas y los que habitualmente acuden al supermercado para realizar sus compras.

5. ¿Te sientes atraído por la gastronomía de otros países?

- Si 90%
- No 10%

A pesar de la segmentación efectuada; basándonos para ello en criterios demográficos, psicográficos y conductuales; nuestra estrategia a seguir será la de mercado masivo, es decir, hemos decidido tener un enfoque comercial generalizado y ofrecer el mismo tipo de productos a todos los segmentos del mercado. Nuestro objetivo es acercarnos al mayor número posible de clientes potenciales con problemas y necesidades similares y satisfacerlas.