

Segmentos de mercado:

- Segmentación geográfica: nuestra actividad se llevará a cabo, de entrada, en Ponferrada. Ponferrada es una ciudad en la que viven unas 65.000 personas. Según nuestros estudios, habría en torno a 10 o 15 supermercados que podrían estar interesados en nuestro producto. Además, hay multitud de restaurantes, de entre los cuales debemos descartar a aquellos que no estarían interesados en nuestro producto, como por ejemplo el restaurante Sibuya (especializado en comida japonesa). Y en cuanto a tiendas locales deberíamos descartar a aquellas que no venden productos cárnicos, como por ejemplo frutería.
- Segmentación demográfica: en este apartado cobra gran importancia la población musulmana de Ponferrada, que en los últimos años ha crecido considerablemente. Pese a haber crecido, la población musulmana sigue siendo un grupo delimitado de la población y por tanto será más fácil llegar a este segmento de potenciales clientes (de cara también a abrir carnicerías). Además, nuestro producto irá dirigido a cualquier persona que esté interesada en implementar la comida halal a su dieta.
- Segmentación conductual: este apartado lo desarrollaremos y estudiaremos a fondo una vez hallamos comenzado nuestra actividad, porque hace referencia al comportamiento de los clientes,

por ejemplo: su sensibilidad al precio, su fidelidad a nuestra marca, su frecuencia de compra, ...