

1. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Nuestros clientes son lo más importante, nos centramos en la 3ª edad, tanto en residencias, como centros de día como particulares porque vemos que es algo que les puede ayudar y animar mucho. Debido a que estas personas necesitan recuperar la movilidad, la coordinación, activarse tanto física como mentalmente... Por ello lo hemos segmentado de esta manera, ya que tenemos los conocimientos que se requieren:

- Edad:

- Grupo 1: Ancianos jóvenes (entre 60-70 años).
- Grupo 2: Ancianos de edad avanzada (más de 70 años).

- Nivel de actividad física:

- Grupo 1: Ancianos activos y en buena forma física.
- Grupo 2: Ancianos con movilidad reducida o limitaciones físicas.

- Intereses y preferencias:

- Grupo 1: Ancianos interesados en actividades físicas más vigorosas, como yoga dinámico o ejercicios aeróbicos suaves.
- Grupo 2: Ancianos que prefieren actividades físicas más relajadas.

- Objetivos de salud:

- Grupo 1: Ancianos que buscan mejorar la fuerza muscular y la resistencia.

- Grupo 2: Ancianos que buscan actividades físicas para mejorar la flexibilidad y reducir el estrés.

- Condiciones médicas:

- Grupo 1: Ancianos sin condiciones médicas significativas.

- Grupo 2: Ancianos con condiciones médicas específicas, como artritis o diabetes.

- Nivel de experiencia:

- Grupo 1: Ancianos con experiencia previa en actividades físicas.

- Grupo 2: Ancianos nuevos en la participación de actividades físicas.

- Apoyo:

- Grupo 1: Ancianos con apoyo familiar.

- Grupo 2: Ancianos que buscan actividades físicas para fortalecer las conexiones sociales.

Al hacer estas segmentaciones, podemos programar diferentes actividades físicas para nuestros mayores, ofreciendo una variedad de opciones que se ajusten a las necesidades específicas de cada grupo. Además, nos permite hacer un marketing más efectivo y una comunicación más personalizada para satisfacer las expectativas de cada segmento.