

Segmentación de Mercado: Lentillas de Realidad Virtual

1. ¿Quién es tu cliente?

Nuestro cliente objetivo son **usuarios de realidad virtual** que buscan una experiencia más cómoda, accesible y avanzada. Estos clientes pueden provenir de diferentes áreas de uso de la realidad virtual, como el entretenimiento, la educación, el trabajo profesional o el gaming. Además, debido a la innovadora naturaleza de las lentillas de realidad virtual, los clientes también estarán interesados en ser parte de una tecnología de vanguardia.

2. Características de estos clientes

El perfil de nuestros clientes se puede dividir en varios segmentos según sus características y necesidades:

Segmento 1: Gamers y aficionados a la tecnología

Características:

- **Edad:** Jóvenes adultos (18-35 años), principalmente hombres, aunque también mujeres.
- **Intereses:** Apasionados por los videojuegos y la tecnología avanzada.
- **Comportamiento de compra:** Están dispuestos a invertir en tecnología innovadora y buscan una experiencia de usuario más inmersiva.
- **Motivaciones:** Buscan productos que les permitan mejorar su experiencia de juego, que les proporcionen mayor comodidad durante largas sesiones de uso, y que les den acceso a la última tecnología.
- **Ubicación:** Generalmente en áreas urbanas donde el acceso a la tecnología es mayor.

Necesidades:

- Confort durante el uso prolongado.
- Inmersión completa sin los inconvenientes de las gafas de realidad virtual tradicionales.
- Acceso a tecnología de vanguardia.

Segmento 2: Profesionales de la realidad virtual

Características:

- **Edad:** 25-45 años.
- **Intereses:** Profesionales que trabajan con la realidad virtual en sectores como diseño, simulaciones, educación o arquitectura.
- **Comportamiento de compra:** Buscan mejorar la calidad de su trabajo y experiencia en entornos virtuales. Son exigentes con el rendimiento y la funcionalidad del producto.
- **Motivaciones:** Desean una herramienta más cómoda, precisa y accesible para realizar sus tareas o proyectos en entornos virtuales.

- **Ubicación:** En su mayoría, trabajan en ciudades con acceso a tecnología avanzada y empresas tecnológicas.

Necesidades:

- Tecnología de alta precisión y comodidad.
- Larga duración sin molestias.
- Facilidad para realizar tareas técnicas o creativas en VR.

Segmento 3: Entusiastas de la tecnología y early adopters

Características:

- **Edad:** 18-40 años.
- **Intereses:** Personas apasionadas por las nuevas tecnologías y que siempre buscan estar a la vanguardia de las innovaciones tecnológicas.
- **Comportamiento de compra:** Tienen un alto poder adquisitivo y están dispuestos a pagar por productos innovadores que les brinden una ventaja competitiva.
- **Motivaciones:** Son atraídos por la exclusividad, el diseño y las características innovadoras de los productos. Buscan productos de alto rendimiento y con un diseño elegante que refleje su estilo de vida moderno y tecnológico.
- **Ubicación:** Generalmente en áreas urbanas y centros tecnológicos.

Necesidades:

- Productos exclusivos y avanzados.
- Diseño innovador y funcional.
- Experiencia inmersiva única.

Segmento 4: Personas con problemas de visión

Características:

- **Edad:** De todas las edades, desde jóvenes a adultos mayores.
- **Intereses:** Personas que ya usan gafas o lentes de contacto y desean experimentar la realidad virtual sin tener que llevar gafas adicionales.
- **Comportamiento de compra:** Buscan soluciones que les permitan tener una experiencia VR accesible y cómoda sin la necesidad de lentes adicionales.
- **Motivaciones:** Desean un producto que se adapte a su corrección visual, sin la incomodidad de gafas o lentes de contacto adicionales.
- **Ubicación:** Este segmento puede estar en cualquier parte del mundo, dado que los problemas de visión afectan a una gran parte de la población.

Necesidades:

- Soluciones adaptadas a la corrección visual.
 - Comodidad sin sobrecargar la vista.
 - Facilidad para usar la realidad virtual sin complicaciones.
-

3. ¿Qué tipo de mercado tenemos?

En este caso, **el mercado más adecuado para nuestras lentillas de realidad virtual es un "mercado segmentado"**. Esto significa que nuestro producto está dirigido a diferentes grupos de consumidores con características específicas, como gamers, profesionales de la realidad virtual, entusiastas de la tecnología y personas con problemas de visión. Cada segmento tiene necesidades distintas, pero todos comparten el interés en mejorar su experiencia con la realidad virtual.

4. Diferenciación entre los segmentos

Cada segmento tiene características distintivas:

- **Gamers:** Buscan la comodidad durante sesiones largas de juego y la inmersión completa en el entorno virtual.
- **Profesionales de VR:** Necesitan una herramienta precisa y cómoda para realizar tareas laborales en entornos virtuales.
- **Early adopters:** Buscan exclusividad, diseño innovador y vanguardia tecnológica.
- **Personas con problemas de visión:** Necesitan soluciones accesibles que les permitan disfrutar de la VR sin gafas adicionales.

Estos segmentos pueden solaparse, pero la propuesta de valor se adapta a las características de cada uno para satisfacer mejor sus necesidades específicas.

Resumen

Nuestros clientes objetivo son:

1. **Gamers y aficionados a la tecnología:** Buscan una experiencia de juego y VR inmersiva, cómoda y de alta tecnología.
2. **Profesionales de VR:** Necesitan soluciones precisas, cómodas y accesibles para su trabajo en entornos virtuales.
3. **Early adopters:** Atraídos por la novedad, exclusividad y diseño innovador de las lentillas.
4. **Personas con problemas de visión:** Buscan una experiencia de VR cómoda sin necesidad de gafas adicionales.

Nuestro mercado es segmentado, ya que cada grupo tiene necesidades particulares, y hemos diseñado las lentillas de realidad virtual para adaptarnos a estas demandas específicas, ofreciendo una experiencia única y accesible.