

Segmentación de Mercado

La segmentación de mercado es un proceso fundamental para cualquier empresa que intenta diferenciar los distintos grupos de clientes que puede llegar a tener, entendiendo así sus necesidades y cómo satisfacerlas. En InterFav consideramos la segmentación de mercado como una herramienta clave para extenderse y crecer rápidamente. Después de mucho pensar y analizar, hemos distinguido los principales segmentos de mercado que mejor convienen a InterFav, a la vez que los distintos tipos de mercado;

1. Segmento Demográfico

En Interfaz creemos que segmentar el mercado según características demográficas es clave. Por ejemplo, creemos que nuestro mayor grupo de clientes serán jóvenes adultos de entre 18 a 35 años que están en sus primeros años de carrera o aquellos que acaban de salir al mundo laboral y necesitan una mano. Normalmente este grupo suele ser más abierto a nuevas experiencias y a probar nuevos servicios innovadores, intentando encontrar oportunidades de aprendizaje y beneficiarse del intercambio de favores.

2. Segmento Psicográfico

Por otro lado, creemos que Interfaz atraerá a personas que valoran la colaboración, el apoyo comunitario y la sostenibilidad. Personas que por su estilo de vida prefieren el consumo responsable, o que puedan sentirse motivados a ayudar a los demás a cambio de otro tipo de ayuda. Además, aunque esta no es la primera función de la app, aquellos que buscan un sentido de pertenencia o intentar conocer a nuevas personas pueden lograrlo a través de nuestra app al conocer a nuevos individuos en cada intercambio que realizan

3. Segmento Geográfico

La ubicación geográfica también nos parece un aspecto importante en cuanto a la segmentación de mercado. Creemos que nuestra aplicación funcionará mejor en zonas urbanas donde hay una gran densidad de población, y donde las personas son más abiertas y están dispuestas a socializar y colaborar. Ciudades donde la interacción es habitual como Barcelona o Madrid podrían ser ubicaciones ideales para InterFav. A medida que la aplicación se haga más conocida, se podría expandir a áreas suburbanas y rurales

Tipos de Mercado según la Segmentación de InterFav

Mercado Masivo: Creemos que una estrategia de mercado masivo, es decir, a un amplio público que no ha sido segmentado, ayudaría a promover la aplicación y ayudaría a normalizar el intercambio de servicios, al intentar atraer la mayor cantidad de usuarios posibles

Mercado de Nicho: Siguiendo con el mercado de nicho, creemos que InterFav también podría enfocarse en un segmento específico del mercado, por ejemplo; estudiantes universitarios ofrecen tutorías a cambio de servicios técnicos, ya sean arreglar su ducha, una ventana, etc. Al estar dirigiéndonos a un mercado nicho, podríamos utilizar una estrategia de marketing específica que atraiga a aquellos clientes

Plataformas o Mercados Multilaterales: InterFav es una aplicación que conecta a desconocidos que tienen habilidades que interesan al otro. Gracias a un Mercado Multilateral podríamos facilitar y expandir esta conexión a más personas y así convertir a InterFav en una aplicación más dinámica y colaborativa