

PLAN DE EMPRESA

1.2. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

La segmentación de mercado para una empresa que vende ingredientes para cocinar en un camión, complementada por una aplicación y presencia en redes sociales, implica identificar grupos específicos de consumidores que puedan beneficiarse de esta propuesta. A continuación, se detallan las principales segmentaciones:

- **1. Segmentación Demográfica:**
 - Edad: Jóvenes adultos (18-35 años) que buscan experiencias únicas y gastronómicas.
 - Ingresos: Consumidores de clase media y alta, dispuestos a pagar por calidad y conveniencia.
- **2. Segmentación Geográfica:**
 - Ubicación: Zonas urbanas y periurbanas con alta densidad de población, donde la cultura de la comida callejera y los eventos gastronómicos son populares.
- **3. Segmentación Psicográfica:**
 - Estilo de vida: Personas interesadas en la cocina, la gastronomía y la alimentación saludable. También se incluyen aquellos que valoran la sostenibilidad y los ingredientes frescos.
 - Intereses: Foodies, amantes de la cocina casera y aquellos que disfrutan de actividades sociales relacionadas con la comida.
- **4. Segmentación Comportamental:**
 - Ocasiones de uso: Clientes que buscan opciones para eventos, reuniones o simplemente para disfrutar de una experiencia culinaria en grupo.
 - Lealtad a la marca: Fomentar la fidelización a través de la aplicación, ofreciendo descuentos, recetas personalizadas y un sistema de recompensas.

La aplicación y las redes sociales desempeñan un papel crucial en esta segmentación, permitiendo a la empresa interactuar con sus clientes, promocionar nuevos ingredientes y recetas, y crear una comunidad alrededor de la cocina. Además, facilitan la retroalimentación y la personalización de ofertas, mejorando así la experiencia del usuario y aumentando la lealtad a la marca.

En resumen, esta estrategia de segmentación permite a la empresa enfocar sus esfuerzos de marketing y desarrollo de producto hacia los grupos más propensos a disfrutar de su propuesta, maximizando así su alcance y efectividad en el mercado.