



Instituto Leizaran, Andoain

www.cookiecup.es

cookiecup@gmail.com

Segmentación del mercado

Nuestro mercado se basa en la segmentación de mercado, por lo que se refiere a segmentar a nuestro consumidor en grupos más pequeños con características similares para ofrecerles productos que se ajusten a sus necesidades y preferencias. En este caso, analizaremos a nuestro cliente objetivo de los compradores de bebidas servidas en un vaso comestible de galleta, a quien se le ofrecerá una nueva experiencia.

Mercado segmentado

- **Edad:**
 - **Principales consumidores:** Jóvenes (15-30 años), atraídos por conceptos innovadores y sostenibles. Valorarán más nuestro diseño, que la calidad de la elaboración.
 - **Potenciales consumidores:** Adultos (31-50 años), interesados en experiencias únicas o acompañados por niños. Que aprecian la calidad y los productos sostenibles.
- **Género:**
 - No existe una diferencia significativa, ya que nuestro objetivo es dar un producto para todas las personas, teniendo en cuenta que nos dirigimos específicamente a un nicho.
- **Ingresos:**
 - **Clase media y alta:** Son más propensos a pagar por productos premium y diferenciados.
 - **Clase media baja:** Interés si el precio es competitivo.

Nuestro Mercado Objetivo

- Jóvenes urbanos, conscientes del medio ambiente, con ingresos medios o altos, interesados en probar productos innovadores y sostenibles.
- Cafeterías o empresas que buscan diferenciarse mediante la innovación en sus productos.

Nuestro mercado de bebidas calientes con vaso comestible de galleta se beneficia de una segmentación que aprovecha la tendencia hacia la sostenibilidad, la innovación y la personalización. Apuntando a consumidores jóvenes, urbanos y conscientes del medio ambiente, este producto tiene potencial para ser adoptado en mercados premium y zonas urbanas con alto tránsito de cafeterías innovadoras y conscientes del medio ambiente.

Irene, Miranda y Odile