

Segmentación de Mercado

1. El mercado objetivo se divide en dos segmentos principales:

A) Conductores individuales, autónomos, como propietarios de pequeños negocios de transporte o trabajadores independientes, que buscan soluciones accesibles y fáciles de usar para su salud y seguridad personal, enfocándose en el autocuidado, la comodidad y la prevención de enfermedades laborales.

B) Empresas de transporte y logística, que gestionan flotas de vehículos y buscan herramientas para mejorar la productividad, cumplir con normativas laborales y garantizar la seguridad de su personal, priorizando la eficiencia operativa, el cumplimiento normativo y el bienestar de los empleados.

Esta segmentación responde a las distintas prioridades y necesidades de cada grupo, con los conductores individuales centrados en soluciones prácticas y accesibles, mientras que las empresas requieren herramientas escalables y complejas para gestionar grandes flotas y asegurar el cumplimiento normativo, todo dentro de un sector que abarca desde pequeñas empresas hasta grandes flotas.

2. Los compradores finales:

Empresas de transporte y conductores autónomos. Las empresas de transporte adquieren estas soluciones para toda su flota, integrándolas en sus programas de seguridad y bienestar, con el objetivo de mejorar la productividad, reducir accidentes y minimizar los costos asociados a la rotación de personal y las bajas médicas. Por su parte, los conductores autónomos buscan herramientas accesibles que les permitan cuidar su salud durante las largas jornadas laborales, previniendo problemas relacionados con el trabajo y optimizando su rendimiento.

