

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Un segmento de clientes consiste en aquel grupo de personas, para los que tu proyecto crea una atención especializada. Es decir, aquellos usuarios cuyos problemas estás ayudando a resolver o necesidades que estás ayudando a satisfacer.

Normalmente, cuando en un modelo de negocio se analizaban estos segmentos de clientes, se utilizaban estos conceptos:

- **Demográficos:** edad, estado civil, ingresos, etc.
- **Psicográficos:** actitudes, estilo de vida, personalidad, etc.
- **Comportamiento:** aficiones, hobbies, rutinas, etc.

En nuestro caso, podemos tomar en cuenta el poder adquisitivo que tiene la persona para adquirir nuestro traductor y las necesidades individuales que tiene, también teniendo en cuenta algunos otros conceptos como el estilo de vida.

Los trabajos por hacer de tus segmentos de clientes son todos aquellos problemas o necesidades que esperan realizar en algún momento.

Por lo tanto, en tu reflexión sobre los segmentos de clientes de tu proyecto, ya no basta con saber quienes son tus clientes, si no que también necesitas pensar en aquellos trabajos que están tratando de hacer y en cómo tu proyecto puede ayudarles a realizarlo. En nuestro caso, debemos basarnos en que tipo de necesidad exige el cliente a la hora de comprar nuestro traductor de pensamientos, ya que cada uno de ellos lo necesitará para un caso en concreto.

El concepto de trabajos por hacer

Si profundizamos en el concepto de trabajos por hacer que introduce el modelo de negocio, nos encontramos con dos grupos bien diferenciados:

- La postura que establece que nosotros (como clientes) compramos o contratamos productos o servicios **para que hagan cosas por nosotros**. Como, en nuestro caso, que traduzcan una parte de tus pensamientos.
- Y el enfoque que establece que los productos o servicios deben estar contruidos **para realizar los trabajos o necesidades** que los clientes están tratando de hacer o satisfacer. Esta claro que debemos ofrecer una cantidad de pensamientos traducidos a cada persona.

Visto lo anterior, podemos definir **el concepto de trabajos por hacer como un problema fundamental que los clientes esperan abordar en un futuro próximo** o una necesidad que esperan satisfacer. A través de ese producto que en nuestro caso es el traductor.

Tipos de clientes

Dentro de cualquier modelo de negocio podemos encontrar diferentes tipos de clientes, por eso, este apartado es tan importante sobre todo en el producto que ofrece nuestra empresa, ya que se puede adaptar a personas que realmente necesitan comunicarse y por problemas de habla o algún diagnóstico en concreto necesitan reproducir sus pensamientos por su incapacidad de habla.

El bloque de segmentos de clientes del modelo de negocio te permite identificar quiénes son los clientes de tu proyecto de forma ordenada. Cuando pienses en tus clientes, no solo debes utilizar criterios económicos, sino también psicológicos o de comportamiento, sino que también **debes pensar en cuáles son sus necesidades**.

Para mi, este apartado es de los más importantes ya que es importante ponerse en el lugar del cliente y ofrecerle que tipo de productos dependiendo de sus necesidades, economía y gustos. Por lo tanto es para dedicarle bastante tiempo aunque parezca que pasa desapercibido.