

2. Segmentación de mercado

La siguiente pieza de la que vamos a ocuparnos es la denominada “Segmentación de mercado”. En ella, hay que definir el cliente o clientes a los que vamos a dirigirnos, ya que estos son el objetivo que pretendemos alcanzar con nuestro propio negocio o proyecto.

Ahora debéis pensar en quiénes serían los clientes ideales para vuestro producto o servicio. Para ello, debéis considerar aspectos como:

- **Edad:** ¿Son jóvenes, adultos, o mayores?
 - **Género:** ¿Se dirige a un público específico o es un producto unisex?
 - **Ubicación geográfica:** ¿Viven en una ciudad específica, en varias regiones, o en zonas rurales?
 - **Intereses y estilo de vida:** ¿Qué les gusta hacer? ¿Tienen un estilo de vida activo, tecnológico, familiar, etc.?
 - **Necesidades específicas:** ¿Qué problema o necesidad tiene este público que nuestro producto puede resolver?
- **Con las características anteriores, debéis definir a vuestro público objetivo.**

Un ejemplo de descripción de público objetivo sería: "Nuestro público objetivo tiene entre 20 y 35 años, vive en una ciudad y está interesado en la moda sostenible. Valora los productos ecológicos y busca marcas que respeten el medio ambiente."

- **Edad:** va desde jóvenes de 25 años hasta 75 años
- **Género:** es un producto unisex
- **Ubicación geográfica:** nacional y luego iremos expandiendo el producto.
- **Intereses y estilo de vida:** les gusta verse bien y llevar una vida con normalidad porque ves bien. El estilo de vida es que son personas ecologistas.
- **Necesidades específicas:** no ven correctamente y suelen ser personas despistadas.
- **Público objetivo:** Nuestro público objetivo tiene entre 25 y 75 años, vive principalmente en Valencia y próximamente en cualquier ciudad de España. Este público está interesado en productos ecológicos y busca comodidad, estilismo y sostenibilidad.

- Por último, vamos a realizar un retrato de nuestro **“buyer persona”**, imaginándonos cómo sería nuestro cliente ideal. Podéis hacerlo en Canva o utilizando el siguiente link: <https://www.hubspot.es/make-my-persona>

	Canal favorito de comunicación • Correo electrónico • Redes sociales • En persona • Teléfono	Herramientas que necesita para trabajar • Software de programación de empleados • Sistemas de gestión de contenido
Nombre CAROL	Responsabilidades laborales Coordinar el equipo y aportar ideas	Su trabajo se mide en función de Por los ingresos y la productividad del equipo
Puesto Directora de Marketing	Su superior es CEO	Metas u objetivos Aumentar los ingresos de la empresa y crecer como persona
Edad Entre 25 y 34 años	Obtiene información a través de Asiste a conferencias y se informa mediante internet de las últimas tendencias	Dificultades principales • Comunicación • Desarrollo profesional • Colaboración y creatividad
Nivel de educación más alto Licenciatura		
Redes sociales     		
Industria Marketing		
Tamaño de la organización Entre 11 y 50 empleados		