

Segmentación de mercado

Hemos analizado quienes serían nuestros clientes potenciales que más consumirían nuestros servicios y entre ellos podríamos encontrar dos segmentos:

1. Jóvenes entre los 12 y los 19 años, ya que son las personas que más están en el mundo de los videojuegos. Este grupo económicamente depende de sus padres, por lo que deberíamos ofrecerles unas tarifas reducidas o promocionales.
2. Personas de mayor edad, pero en menor porcentaje. Las cuales, no están tan habituadas al mundo de los videojuegos y se les promocionaría con reuniones de aprendizaje y motivadoras.