

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Segmento 1: JÓVENES URBANOS

Edad: 17-28

Género: mujeres y hombres.

Preferencias: necesidades básicas, ahorro, gestión económica, optimización del tiempo.

Ocupación: estudiantes, trabajadores de Renta media y baja

Renta: media-baja (16.000-30.000)

Intereses: deporte, cultura, ocio, viajes.

Población: 5.500.000

Segmento 2: ADULTOS

Edad: 28-50

Género: mujeres y hombres.

Preferencias: ganar dinero, viajar, trabajo estable, familia.

Ocupación: trabajadores de renta media.

Renta: media (20.000-30.000).

Intereses: deporte, cultura, ocio, viajes.

Población: 17.000.000.

Segmento 3. ADULTOS-PENSIONISTAS

Edad: Más de 50 años.

Género: mujeres y hombres.

Preferencias: tranquilidad, familia, seguridad, estabilidad

Ocupación: trabajadores, desempleados de larga duración, jubilados.

Renta: trabajadores de renta media y baja.

Intereses: deporte, cultura, viajes, hobbies...

Población: 17.500.000

OBSERVACIÓN

Una vez segmentada la población, decidimos que nuestro cliente objetivo es el de los jóvenes urbanos. Esto es debido a que son aquellos que están en edad de independencia, suelen ser estudiantes parados, es decir, que están en busca de trabajo; o estudiantes ocupados, que tienen un trabajo, el cual compaginan con sus estudios. También pueden ser aquellos que han acabado sus estudios y su trabajo les ha obligado a mudarse.

Todos ellos comparten rasgos en común, como por ejemplo la necesidad de ayuda frente a distintas situaciones cotidianas, sobre las cuales no han tenido responsabilidad a lo largo de su vida y por tanto no saben cómo llevarlas a cabo.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
CLIENTES Totales	5-10 mil	10-20 mil	20-25mil	100-150 mil	150-200 mil
CLIENTES Con Paquete Descuento	0	500	1 mil	2 mil	5 mil

Año 1: Lanzamiento inicial, descargas reducidas y pérdidas. Anuncios en redes sociales y recomendación boca a boca.

Año 2: Aumento significativo tras una fuerte inversión en publicidad en redes, y mejoras en la App. Promociones de un mes gratis para funciones premium.

Año 3: Consolidación de la app en el mercado y crecimiento más sostenido.

Año 4: La aplicación se da a conocer en todo el territorio español por influencers y nuevas funciones.

Año 5: Maduración de la app, nuevas características y presencia en medios aumentan el interés de nuevos usuarios