

GABRIEL PRIETO

Nombre del proyecto

KebabOn



Segmentación de mercado

El mercado potencial para una máquina expendedora de kebabs y durums es amplio y diverso. Podemos segmentarlo considerando los siguientes criterios:

Geográfico: Zonas urbanas con alta densidad poblacional, centros universitarios, zonas industriales, áreas con gran afluencia de jóvenes y trabajadores.

Demográfico: Jóvenes entre 18 y 35 años, estudiantes, trabajadores, personas con estilos de vida activos y que buscan opciones rápidas y económicas.

Psicográfico: Personas que valoran la comodidad, la rapidez, la variedad de opciones, la buena relación calidad-precio y la comida internacional.

Conductual: Consumidores frecuentes de comida rápida, personas que buscan opciones para consumir fuera de casa, usuarios de aplicaciones de delivery.

Argumentos a favor de la segmentación

Mayor efectividad en las estrategias de marketing: Al conocer a nuestro público objetivo, podemos diseñar campañas de marketing más personalizadas y dirigidas, aumentando así la probabilidad de éxito.

Optimización de la oferta: Podemos adaptar la variedad y el tamaño de los productos a las preferencias de nuestros clientes, garantizando una mayor satisfacción.

Mejor gestión de los recursos: Al concentrarnos en un segmento de mercado específico, podemos optimizar la inversión en marketing, publicidad y distribución.

La segmentación de mercado es una herramienta fundamental para el éxito de cualquier negocio. En el caso de una máquina expendedora de kebabs y durums, al definir claramente nuestro público objetivo, podremos desarrollar estrategias más efectivas y aumentar las posibilidades de posicionarnos en el mercado.