

SANTUARIO ZEN



Contenido

1. Segmentación de mercado..... 3

1. Segmentación de mercado

La segmentación de mercado para el negocio de bienestar se puede dividir en varios grupos clave. En términos demográficos, se enfoca en adultos jóvenes (25-35 años), adultos (36-50 años), con poder adquisitivo medio-alto y alto, interesados en mejorar su bienestar físico y mental. Se dirige a ambos géneros, aunque con posible énfasis en las mujeres. En el aspecto psicográfico, se enfoca en personas que valoran el autocuidado y buscan aliviar el estrés, como profesionales con carreras demandantes. Estos clientes desean una experiencia exclusiva e innovadora que mejore su salud mental y emocional.

Geográficamente, el negocio apunta a residentes urbanos y turistas que visitan la ciudad, buscando servicios de relajación. Desde el punto de vista conductual, los clientes buscan relajación profunda, alivio del estrés y mayor productividad. Se atrae tanto a clientes recurrentes como a nuevos interesados en experiencias novedosas. En cuanto al uso, el servicio se adapta a clientes individuales, parejas, grupos de amigos o familiares y empresas que desean bienestar. Finalmente, en cuanto a la ocasión de uso, se dirige a quienes buscan relajación regular o en eventos especiales, así como a aquellos que necesitan aliviar el estrés en momentos de alta carga laboral.