

Food Toll - Segmentación de mercado

Nuestros productos irían dirigidos a esas personas que inician ese viaje hacia un destino que desconocemos pero podemos predecir. El hecho de no ponernos en cualquier lugar de la autopista, está destinado a encontrar su comodidad en el mayor punto de estrés de un viaje como es el peaje. Adaptaríamos nuestros precios a la satisfacción de nuestro cliente, no daríamos unos elevados precios ya que la gente viene de pagar el peaje. FoodToll trabaja dentro de un mercado segmentado ofreciendo a los clientes un menú variado y rápido. En conclusión, nuestro éxito vendrá de nuestra capacidad de vender un producto bueno a una rapidez inmejorable.

Los clientes que buscamos, son principalmente familias, ya que los viajes familiares son los que hacen menos tiempo entre parada y parada y gracias a esto, provocaremos que se paren en nuestros locales. Para llamar la atención de este tipo de gente, tendremos unos productos algo personalizados para que así sea más fácil para el cliente decidirse.

Lo que buscamos en estos clientes es que vengan con niños y adolescentes esto, por que tienen una principal característica, el uso de las redes sociales. Ya que nosotros nos vamos a dar a conocer por las redes sociales, el hecho de que los adolescentes hagamos un uso diario de estas, acabará provocando que por algún medio u otro, nos demos a conocer a la gente. Con esto buscamos que sean los adolescentes los que les propongan a los padres parar en alguno de nuestros establecimientos para comer esa hamburguesa que les ha aparecido en la red social que más utilizan.

Por supuesto que Food Toll, está hecho para todo tipos de clientes y también preparado para gente con algún tipo de intolerancia como pueden ser celíacos. Con esto tratamos de que lleguemos a la gente por tener unos buenos productos y sobre todo que la gente se lleve una buena opinión de nosotros por el trato que les damos a nuestros clientes en Food Toll.