

## Segmentación de mercado

La **Segmentación de mercado** es un proceso utilizado en las empresas y consiste en dividir el mercado en diferentes grupos de consumidores que tienen características y necesidades similares. Por ello, la empresa es capaz de adaptar mejor su producto y su estrategia de venta.

En nuestro caso, este proceso, la segmentación de mercado, es especialmente importante, ya que nuestro producto está dirigido a personas con una discapacidad muy concreta: la dislexia.

En primer lugar, en Óptica Sanco realizamos una **Segmentación demográfica**, esto es, nuestro principal grupo de clientes son personas que tienen dislexia, pero dentro de este grupo existen diferentes edades. Nuestra empresa se dirige tanto a niños que están en etapa escolar y necesitan apoyo para la lectura, como a adolescente y personas mayores que tienen dificultades para su vida académica o laboral. Este producto puede estar enfocado a diferentes familias con ingresos medios, ya que se trata de un producto especializado pero que busca ser accesible económicamente.

Otra forma de segmentación importante es la **Segmentación psicográfica**. Nuestra empresa se dirige principalmente a personas y familias que valoran la educación, la inclusión y el bienestar personal. Nuestros clientes deben de estar preocupados por mejorar el rendimiento académico y la calidad de vida de las personas que sufren dicha discapacidad. También está dirigida a consumidores que buscan soluciones innovadoras los cuales están abiertos a probar nuevos productos tecnológicos especializados.

Además la empresa aplica una **Segmentación conductual**. Nuestros clientes son personas que buscan soluciones concretas para mejorar la lectura y reducir ciertas dificultades asociadas a la dislexia. Muchos de nuestros clientes han probado otros métodos diferentes a nuestro producto, como puede ser el apoyo escolar o terapias, y la mayoría ven las gafas como un complemento útil que puede aportar una gran mejora. También se tiene en cuenta la frecuencia de uso que puede tener nuestro producto, ya que las gafas pueden utilizarse diariamente, tanto en el estudio, como en el trabajo, como en la lectura por gusto propio.

En conclusión, la segmentación de mercado de nuestra empresa, Optica Sanco, se basa en los diferentes criterios mencionados anteriormente. Y gracias a esta segmentación, la empresa puede conocer mejor a sus clientes, adaptar mejor nuestro producto y nuestra comunicación, y mejorar nuestra posición dentro de la economía. Lo cual nos permite ser más eficientes, más competitivos y ofrecer un producto que responda a una necesidad real de la sociedad.

