

## SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.

la segmentación del mercado es en pocas palabras dividir el mercado amplio en grupos mas pequeños de consumidores que comparten distintas características a los demas grupos. Estas características se basan en edad,genero,nivel educativo... etc. Esta segmentación permite enfocar mejor los esfuerzos de marketing,mejorar la satisfaccion del cliente y aumentar la probabilidad de exito comercial.

es por eso que LALONJET dirige su propuesta de valor a un mercado segmentario, lo que permite ofrecer soluciones especificas y eficaces.

La segmentación de mercado ofrece diferentes tipos como son la demográficas,psicográfica,conductual y geográfica entre otros. Empezando desde la segmentación demográfica como ya hemos mencionado anteriormente son personas de tercera edad y personas con discapacidad, asi como familias que buscan una solución para no tener que cargar tan seguido con estas personas y asi crearles una independencia única.

seguidamente tenemos la psicográfica que se basa en que valoran los clientes en nuestro caso lo que mas destaca es la calidad de vida que ofrecemos,por otro lado la autonomía personal,la seguridad y el compromiso con la sostenibilidad y la innovación tecnológica.

como tercera segmentación tenemos la conductual que buscan las personas,es decir, nuestros clientes, en nuestro caso buscan viviendas adaptadas con bajo nivel de dependencia un uso bastante significativo de la tecnología lo que conlleva a facilitar kas actividades diarias de estas personas.

para acabar tenemos la segmentación geográfica, es enfocarnos en una zona donde haya una alta demanda de viviendas como zonas urbanas o residenciales para asi poder aumentar la clientela de nuestro productos y asi conseguir un sitio o una zona donde todos nuestro clientes puedan estar juntos.

En resumen,LALONJET se posiciona como una empresa innovadora que une accesibilidad,tecnología y energía renovable,respondiendo a las necesidad de un mercado especifico que demanda soluciones habitacionales modernas,inclusivas y sostenibles.