

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

ÍNDICE:

¿QUIÉNES SON NUESTROS CLIENTES?	1
1. Personas entre 16 y 80 años	1
2. Deportistas amateur y profesionales	1
3. Personas que necesitan seguir una dieta o bien una rutina para cumplir unos objetivos	2
4. Personas con discapacidades físicas o mentales	2
TIPO DE MERCADO	2

¿QUIÉNES SON NUESTROS CLIENTES?

1. Personas entre 16 y 80 años

- ¿Por qué son clientes importantes?
 - Es un amplio rango de edad, por lo que abarca desde jóvenes que quieren iniciar una vida saludable con hábitos saludables hasta adultos mayores que buscan además de buena salud, control físico.
 - Además tienen diferentes motivaciones y necesidades; los jóvenes suelen buscar estética y rendimiento, mientras que los mayores suelen estar más centrados en aspectos como movilidad, salud cardiovascular, bienestar general, etc.
 - Para terminar, un gimnasio que se adecue a la mayoría de necesidades dependiendo la edad de los clientes, hará que se quieran quedar en incluso que venga aun mas gente y ganar prestigio en la ciudad.

2. Deportistas amateur y profesionales

- ¿Por qué son clientes importantes?
 - Ellos al tener un nivel alto en el deporte al que se dedican, necesitan unas instalaciones y profesionales adecuados y adaptados al rango en el que se encuentran para que puedan mejorar su rendimiento y no se queden estancados o incluso que empeoren.
 - Ellos normalmente acuden al gimnasio con frecuencia, ya que necesitan entrenar, por lo que aumentaría el uso de las instalaciones en general. Además este tipo de personas podría aumentar la imagen pública del gimnasio y cómo ellos pueden influir muy fácilmente a sus seguidores, familias... etc, lo más probable es que comience a venir más gente, teniendo mucha más visibilidad en la ciudad (Vitoria-Gasteiz)

3. Personas que necesitan seguir una dieta o bien una rutina para cumplir unos objetivos

- ¿Por qué son clientes importantes?
 - Tienen objetivos claros (bajar de peso, aumentar masa muscular o modificar sus hábitos de salud)
 - Este grupo suele pagar por: planes de entrenamiento, dietas personalizadas, seguimiento mensual, medición de progreso
 - Suelen sentirse muy satisfechos cuando han conseguido resultados.
 - Al sentirse satisfechos conseguiremos ganar visibilidad ya que ellos seguirán viniendo y además vendrá más gente de su alrededor (influencia)

4. Personas con discapacidades físicas o mentales

- ¿Por qué son clientes importantes?
 - Hay poca oferta realmente adaptada.
 - Hay muy pocos gimnasios que ofrecen programas accesibles, por tanto, tu propuesta puede diferenciarse muchísimo.
 - Precisan de atención especializada.
 - Te sitúa en un sector más profesional y humano, donde el impacto social es muy alto.
 - Pueden entrenar de forma regular y supervisada.
 - Son personas que necesitan actividad física continua para mejorar movilidad, fuerza, coordinación o bienestar emocional.

TIPO DE MERCADO

Competencia monopolística: (¿Por qué?)

- Existen muchos gimnasios en la misma ciudad
- Cada gimnasio, en este caso, en Vitoria-Gasteiz ofrece distintos servicios y además ninguno puede controlar completamente el mercado.

Diferenciación de producto:

Aunque todos los gimnasios ofrezcan relativamente lo mismo, es decir, actividad física, se pueden diferenciar perfectamente por:

- Precios
- Instalaciones
- Variedad de máquinas
- Clases dirigidas
- Entrenadores personales

- Horarios
- Ambiente
- Servicios extra (en nuestro caso: App de dietética, fisioterapia y entrenamientos con realidad virtual.)