



Una de las grandes ventajas que tiene nuestro producto consiste en que con muy pocos cambios se puede adaptar con facilidad a otro dispositivo de movilidad, lo que nos permite segmentar de manera eficaz el mercado. En un principio, vamos a lanzar tres líneas de productos pero con la idea de sacar más en un futuro.

Para empezar, vamos a aplicar Ascentia a las sillas de ruedas diferenciando así un claro segmento de mercado en las personas que la discapacidad les afecta al desplazarse. Este tipo de personas utilizarían nuestro producto debido a que les permite una mayor autonomía y podrían realizar desplazamientos sin tener que ir con un acompañante.

Aunque sean las personas con minusvalía las que utilicen esta línea del producto, en la mayoría de los casos los que adquieren el producto son las familias de los consumidores o las asociaciones a las que este tipo de personas acuden, por consecuencia, este tipo de producto va dirigido hacia las asociaciones que trabajan con discapacitados y sus familias.

A dichas asociaciones les interesa comprar nuestro producto porque de tal manera pueden ayudar a más personas gastando el mismo dinero, es decir, con el mismo gasto que el de la compra de una silla que sube escalones, pueden adquirir 13 packs de nuestro artículo y así ayudar a 13 personas en vez de a una.

Por otro lado, nuestro producto se instalará en carritos para bebés, que al igual que en el caso anterior son los utilitarios del producto pero no los que lo adquieren. Es decir, que aunque dentro del carrito vaya el bebé o niño realmente el que lo compra son los padres. Cabe recalcar, que en este segmento del mercado sí que existe una relación mayor entre el comprador y el uso, ya que a diferencia de las asociaciones de discapacitados, el uso de Ascentia en carritos también facilita la vida cotidiana de los padres. Asimismo, este segmento estaría interesado en adquirir nuestro producto, puesto que facilita el trabajo diario, esto es, para padres solteros o que en ese momento no estén acompañados de su pareja, el subir un escalón con el carrito puede resultar un infierno que desemboque en tener que pedir ayuda a externos para superarlo y despertar al bebé, por lo que este tipo de personas estarían dispuestas a pagar 149,99€ si eso significa no tener que afrontar este tipo de problemas.

Como último segmento de mercado hemos diferenciado a las personas de la tercera edad porque nos hemos dado cuenta que un gran porcentaje de estas personas suelen utilizar un andador para desplazarse. Como al utilizar este dispositivo de movilidad surge el mismo problema de desplazamiento, aplicamos nuestro artículo a los andadores.

En este caso concreto el comprador sí que es directamente el que utiliza el producto, por lo que se podría decir que este segmento de mercado es el más directo de todos. Muchas personas de la tercera edad valoran significativamente el hecho de poder bajar a comprar el periódico o ir a un bar con sus amigos, y muchas veces no lo terminan

realizando o lo realizan con mucha menos frecuencia por el hecho de que al haber irregularidades en el terreno les cuesta mucho levantar el andador o tienen que pedir ayuda. Es por esto que este tipo de segmento estaría interesado en comprar Ascentia.

Cabe recalcar, que como Ascentia fue creado con la finalidad de ayudar a cuantas más personas posibles, no queremos segmentar el mercado ni desde un punto de vista geográfico ni económico. Es decir, que el producto va a ser igual para toda España y no va a haber diferencias entre regiones o comunidades autónomas, además como Ascentia está lanzada al precio más competitivo posible, se podría decir que hay muy poca segmentación desde el punto de vista económico, puesto que nuestro artículo se puede adquirir prácticamente desde todos los niveles económicos.

Aunque los segmentos sean muy divergentes entre sí, todos tienen la característica en común de que su movilidad mejora considerablemente con Ascentia, lo que nos llena plenamente de orgullo ya que siempre es positivo contemplar que nuestros clientes están satisfechos con nuestra creación. Asimismo, la valoración positiva de los clientes, nos permite pensar en sacar nuevas adaptaciones de nuestro producto para llegar a más personas y por consiguiente conseguir mejorar más vidas. Es importante considerar que Ascentia se ha creado de tal manera que es realmente sencillo adaptarlo a otro dispositivo de movilidad. Obviamente se necesitan horas de trabajo para sacar una nueva línea, pero comparando con otros productos, el nuestro es bastante fácil modificarlo a nuevos dispositivos de movilidad para satisfacer las necesidades de más personas.