

Meyma Autos

La segmentación de valor, **analiza y ordena** a los clientes en base a sus características.

Permitiendo ofrecer servicios especializados en función al estereotipo del cliente: Aplicando mejores estrategias de marketing, optimizando recursos, satisfaciendo personal y futuramente al cliente.... Todo esto nos va a permitir ampliar nuestro rango de clientes.

Analizando psicológicamente a los clientes podremos seleccionar cada vehículo según los valores, ética y estilo de vida del cliente. Perfiles clave:

- **Orientados a la confianza y fiabilidad:** Este será el principal perfil de comprador, ya que estas son las mejores características que ofrece el mercado Alemán (más potencia). Se les tendrá que dar una visión muy transparente sobre el vehículo para la confianza.
- **Orientados a la ecológica y eficiencia:** En menor medida, pero el perfil que valora estas características está más dispuesto a comprar una vez esté convencido. Resaltaremos los atributos medioambientales positivos que tenga para atraerlo.
- **Buscadores de estatus y tecnología:** Interesados por su apariencia junto con la del coche, algo como anillo al dedo; ya que los coches alemanes son estilosos y exclusivos, además de tener tecnología punta.



Gustos conductuales y personales; nos revelara su comportamiento de compra.

Mareantes: habrá que saber identificar al tipo de perfil que es muy inseguro e indeciso, que nos ralentizará y obstaculizara las ventas.

Frecuentes y leales: El cliente ideal, acercarlo al círculo de confianza y ofreciéndole el mejor trato y ofertas posibles

Compra digital: Campo en el que nuestra empresa no se encuentra cómodo, ya que la movilidad y transporte del producto supondría complicaciones.

Marketing:

El **marketing** de nuestro producto da muchas opciones para jugar: **propuestas de valor diferentes, ecológicas, personalización, estrategias de precios y financiación, atención al cliente de alto nivel.** Inicialmente usaremos las más sencillas y menos costosas, con opciones más interesantes para el futuro.



Esquematizando, la segmentación de mercado permite **identificar grupos específicos** (por ubicación, edad, estilo de vida y hábitos) y **diseñar campañas ajustadas a cada uno.** Atenderlos en base a esos conocimientos y aumentar la probabilidad de ventas. Para conseguir esto vamos a contratar especialistas en algoritmos para