

Segmentación de mercado

1. En qué consiste

1. Cliente objetivo:

Nuestra báscula está hecha especialmente para personas de entre 18 y 35 años que hace ejercicio regularmente y quiere mejorar su salud. Busca una forma fácil de medir su grasa corporal, masa muscular y obtener consejos personalizados de dieta y ejercicio.

También lo pueden usar las personas que quieren estar más sanas, personas que hacen ejercicio, familias con niños y también lugares como gimnasios o nutricionistas. Es para cualquiera que quiera cuidarse y saber más sobre su cuerpo.

2. Diferenciar segmentos de clientes:

Mercado segmentado: Cada grupo tiene necesidades diferentes, pero todos quieren cuidar su salud.

- **Personas de 18 a 35 años** que hacen ejercicio y quieren mejorar su forma física.
- **Personas que quieren estar más sanas**, aunque no hagan mucho deporte.
- **Familias con niños**, para controlar la salud de todos en casa.
- **Gimnasios y nutricionistas**, que la usan para ayudar a sus clientes.

2. Guía para desarrollarlo

1. Investigación de los clientes:

- Nuestro producto lo comprarían personas interesadas en cuidar su salud y mejorar su forma física.

● Características demográficas:

- Edad principal: entre 18 y 35 años.
- Género: hombres y mujeres.
- Ubicación: personas que viven en ciudades o zonas urbanas, donde se usan más apps y tecnología

● Características psicográficas:

- Les interesa la salud, el deporte y el bienestar.
- Valoran la tecnología, la personalización y el autocuidado.

- Quieren verse mejor y sentirse más sanos.

- **Características comportamentales:**

- Hacen ejercicio de forma regular o quieren empezar.
- Usan el móvil y apps de salud o deporte.
- Buscan productos que les ayuden a mejorar sus hábitos.

También lo pueden comprar gimnasios, nutricionistas y familias que quieren controlar mejor la salud y su físico.

2. Definir al cliente objetivo

Nuestro cliente ideal sería una persona de entre 18 y 35 años, que hace ejercicio o quiere mejorar su salud. Que use el móvil a diario y quiere conocer mejor su cuerpo. Busca una forma fácil y cómoda de medir su grasa corporal, masa muscular y recibir consejos personalizados de alimentación y ejercicio sin tener que ir siempre a donde un profesional.

- También gimnasios o centros deportivos que quieren controlar el progreso de sus clientes. Pueden usar la báscula para medir peso, grasa y músculo y dar mejores entrenamientos.

3. Identificar segmentos de clientes

- **Segmento 1:** Personas de entre 18 y 35 años que hacen ejercicio o quieren mejorar su salud y su forma física.
- **Segmento 2:** Personas que quieren tener una vida más saludable o perder peso y necesitan seguimiento y motivación.
- **Segmento 3:** Familias con niños que quieren controlar la salud y el crecimiento y el bienestar físico de todos los miembros del hogar.
- **Segmento 4:** Gimnasios y profesionales de la salud, como nutricionistas, que quieran utilizar la báscula para hacer un seguimiento más completo de sus clientes.

Justificación de elección de los clientes:

Necesidad de mejorar la salud y prevenir el sobrepeso, tanto en adultos como en niños. Muchas personas buscan soluciones fáciles y personalizadas apoyadas en la tecnología.

Los gimnasios y nutricionistas pueden usar el producto para ofrecer un servicio más profesional, mientras que los clientes particulares pueden controlar su salud de forma cómoda desde sus casas.

- **Identificación de clientes:**

Identificamos a los clientes viendo quiénes quieren mejorar su salud o forma física y usar tecnología fácil. Son importantes para el negocio porque necesitan nuestro producto y hay varios grupos que pueden comprarlo, lo que ayuda a que el proyecto tenga éxito.

- **Validar la segmentación:**

Hicimos varias encuestas y preguntas a personas y grupos similares a nuestros clientes objetivos, como jóvenes que hacen ejercicio, familias y gimnasios. Nos confirmaron que quieren saber más sobre sus cuerpos no solo el peso, recibir consejos de dieta y ejercicio, y usar la información de forma fácil en una app. Esto nos mostró que nuestra segmentación está alineada con sus necesidades.

- **Investigación de características relevantes de los clientes**

En Bilbao hay más de 30 gimnasios con diversas actividades y clases en la ciudad, incluyendo centros municipales y privados.

Los 3 mas conocidos y precios:

- Fitness Park – ~30 € - 40 €
- VivaGym – ~30 € - 38 €
- Club Metropolitan – ~65 € o más