

Segmentación de mercado

1. En qué consiste

La segmentación de mercado es el proceso de identificar y agrupar a los posibles clientes de un negocio en función de características comunes. Esto permite conocer mejor a los clientes y adaptar los productos o servicios a sus necesidades específicas.

En este bloque, hay dos aspectos fundamentales:

- **Definir al cliente objetivo:** El público objetivo son los estudiantes, principalmente de secundaria, bachillerato, universitarios y aquellos alumnos que trabajan desde casa o necesitan refuerzo.
- **Diferenciar segmentos de clientes:** En este caso no existen otros grupos de clientes, el producto es exclusivamente para estudiantes, ya que el robot funciona estrictamente solo para dar apoyo escolar, ya sea para exámenes, deberes, resolver dudas o explicar diferentes temas en caso de que no lo haya entendido en clase.

2. Guía para desarrollarlo

Investigar a los clientes

El producto sería adquirido principalmente por:

- Estudiantes: que lo usaran directamente para estudiar.
- Familias: que lo comprarían como herramienta de apoyo educativo para mejorar el rendimiento académico de sus hijos.

Características demográficas:

- Edad: entre 12 y 25 años.
- Género: indistinto.
- Ubicación: principalmente zonas urbanas y centros educativos.

Características psicográficas:

- Interés por la educación y la tecnología.
- Valoran el aprendizaje práctico y dinámico.
- Buscan mejorar su rendimiento académico.

Características comportamentales:

- Uso frecuente de tecnología y dispositivos digitales
- Consumo de aplicaciones educativas y recursos online

-Necesidad de apoyo extra para estudiar o hacer tareas

Definir al cliente objetivo:

- Estudiantes jóvenes interesados en la tecnología y el aprendizaje, que buscan una forma más fácil, interactiva y entretenida de estudiar y comprender los contenidos escolares.

Identificar segmentos de clientes:

- No existen segmentos diferenciados, ya que el producto está dirigido a un único grupo: estudiantes que necesitan apoyo académico, independientemente de su nivel educativo.

Justificar la elección de los clientes:

- Identificamos a nuestros clientes a partir de una necesidad clara: muchos estudiantes tienen dificultades para entender los contenidos de clase y preparar exámenes sin apoyo extra. Además, los estudiantes usan habitualmente la tecnología para estudiar, por lo que están abiertos a herramientas educativas digitales.

Estos clientes son relevantes para el negocio porque necesitan apoyo académico de forma constante y buscan soluciones que faciliten el aprendizaje, lo que garantiza una demanda continua del producto.

Validar la segmentación

- Hemos preguntado a estudiantes de secundaria, bachillerato y universidad para confirmar si nuestra idea se adapta a sus necesidades. La mayoría afirmó que les resultaría útil contar con una herramienta que les ayude a entender mejor los temas, resolver dudas y estudiar de forma más dinámica. Esto confirma que nuestra idea está alineada con las necesidades reales de los estudiantes.



Imagen creada por ChatGPT