

2. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.

A. Cliente objetivo:

GoSho conectará el comercio local de Vitoria-Gasteiz con sus consumidores, por lo que debe asegurarse de segmentar correctamente a sus clientes, como resultado de esto se obtienen los siguientes segmentos. El cliente de GOSHO será el negocio local de Vitoria-Gasteiz que utiliza la plataforma para vender. Teniendo esto presente a este segmento, a continuación se analizarán cada uno por separado.

- Negocios locales

Este segmento es muy importante, ya que son los proveedores de los productos y el corazón de *GoSho*. Estos se definen por su tamaño, su ubicación en Vitoria y su actitud hacia la digitalización

B. Segmento de cliente:

CRITERIO	SEGMENTO OBJETIVO
Geográfico	Son los pequeños locales de Vitoria-Gasteiz, como negocios artesanos, pequeños productores o tiendas de "toda la vida"
Demográfico	Este segmento serán pequeños comercios como librerías, ferreterías, tiendas de moda, etc.
Psicográfico	Dirigido al pequeño comercio tradicional en cuanto a métodos, pero abierto a buscar cómo ser más visible en el entorno digital para hacer frente a la amenaza de cierre, pero que tienen cierta resistencia o miedo a la tecnología. Estos necesitan un acompañamiento humano y personalizado para dar ese salto.
Comportamiento	Estos son negocios que valoran la seguridad y el seguimiento total de sus proyectos. Buscan un ecosistema solidario y cooperativo frente a la competencia de las grandes empresas.

El cliente de este proyecto es el comercio local independiente y tradicional de Vitoria- Gasteiz que, aún siendo afectado por la evolución hacia la digitalización, no posee ni los recursos, ni el conocimiento, ni la seguridad para dar ese paso por sí solos.

El carácter novedoso de este proyecto es la suma de sostenibilidad, búsqueda específica, transformación digital y el acompañamiento en el proceso, está diseñado para atraer al vendedor local ofreciendo acompañamiento personalizado y humano para superar esa resistencia a la tecnología y la invisibilidad.