

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Nuestros clientes son el motor de nuestra empresa por ello no hacemos distinciones entre nuestros usuarios. Nos autodefinimos como una empresa inclusiva y de carácter universal. En nuestro proyecto, tratamos a todas las personas igual, no nos importa su raza, edad, género o condición. Lo que verdaderamente nos importa son las soluciones que ofrecemos a sus necesidades.

En nuestra empresa todas las edades son válidas ya que consideramos que la edad no debería ser una barrera para acceder a nuestro servicio debido a que los jóvenes también se enfrentan diariamente a problemas y necesidades que merecen ser atendidas, siempre que dispongan de una autorización de un adulto que responda en nombre de ellos.

La característica principal que suelen tener nuestros clientes potenciales es que disponen de tiempo limitado y buscan encontrar soluciones prácticas y rápidas a sus problemas/ necesidades.

Nuestra estrategia de marketing se basará en un marketing diferenciado, es decir, una estrategia distinta para cada segmento. Nos queremos dirigir al mayor número de segmentos del mercado. Pero proporcionamos una oferta comercial exclusiva y personalizada para cada segmento. Esta adaptación la realizamos cambiando y adaptando las características del producto.

Esta tabla refleja nuestra segmentación.

SEGMENTACION DE MERCADO

CONDUCTUAL	DEMOGRAFICA	SOCIOECONOMICA	PSICOGRAFICA
FRECUENCIA DE COMPRA OCASIONAL Y MEDIA (MOMENTOS DE ESTRES O NECESIDADES EMOCIONALES PUNTUALES)	EDAD: PRINCIPALMENTE 20-34 Y 35-49. SECUNDARIO: 12-19 (CON SUPERVISION) Y 50-64	OCCUPACION ASALARIADOS, PROFESIONALES LIBERALES, ESTUDIANTES, AUTONOMOS	PERSONALIDAD EMOCIONAL, FLEXIBLE, MODERADO, ABIERTO AL CAMBIO
BENEFICIOS ESPERADOS CALIDAD, PERSONALIZACION, EXPERIENCIA, BIENESTAR EMOCIONAL	SEXO: HOMBRE Y MUJER	ESTUDIOS ESTUDIOS MEDIOS Y UNIVERSITARIOS	ESTILOS DE VIDA SALUDABLE, INNOVADOR, MODERNO, ORIENTADO AL BIENESTAR Y AL AUTOCUIDADO
LEALTAD DE MARCA LEALTAD MEDIA Y FUERTE	CIRCUNSTANCIAS FAMILIARES PERSONAS SIN HIJOS, CON HIJOS, FAMILIAS MONOPARENTALES, PAREJAS JOVENES	CLASE SOCIAL CLASE MEDIA Y MEDIA-ALTA	