

SEGMENTACION DEL MERCADO

Nuestra máquina de correr que genera electricidad se dirige a distintos tipos de clientes que pueden aprovechar estos beneficios. El público objetivo principal es el siguiente:

- Gimnasios y centros deportivos: son lugares donde muchas personas hacen ejercicio, por lo que pueden generar mucha energía limpia. Además, estos centros buscan productos novedosos que les permitan ahorrar luz y ofrecer servicios más modernos a sus usuarios para que tengan una mejor experiencia.
- Personas comprometidas con el medio ambiente: sobre todo adultos con un trabajo estable, que suelen tener algo más de interés en cuidar el planeta y están dispuestos a invertir en productos sostenibles. Estas personas pueden usar la cinta en casa para hacer ejercicio mientras producen electricidad, lo que les hace sentir que aportan algo bueno al medio ambiente y ahorran algo de dinero.
- Instituciones educativas y centros públicos: como colegios, universidades, polideportivos o ayuntamientos. Estos espacios pueden usar la máquina para enseñar a los estudiantes sobre energía sostenible

En general, nuestro *público* está formado por personas y organizaciones que valoran el deporte, la sostenibilidad y la innovación, y que buscan soluciones que mejoren su entorno mientras cuidan el planeta.

Para nuestra máquina de correr que genera electricidad usaremos una estrategia de **marketing concentrado**, lo que significa que enfocamos nuestros esfuerzos en los grupos que más pueden aprovechar el producto. En vez de intentar llegar a todo el mundo, nos centramos en los segmentos que tienen más interés como hemos comentado anteriormente.

Con este enfoque logramos usar mejor nuestros recursos, comunicar claramente los beneficios y llegar directamente a quienes realmente valoran la sostenibilidad, el deporte y la innovación.