

2. MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Body Cloud-en merkatu-segmentazioa 20 eta 50 urte bitarteko pertsonetan oinarritzen da, ongizate fisiko eta mentalarekin zerikusia duten esperientziak balioesten dituzten eta erritmo biziko egunerokoa duten erabiltzaileetan. Segmentu hauen behar komunak hauek dira: denbora aurrezte, estresa murriztea, buruko kapasitatea berritzea eta atseden labur eraginkorrak izatea.

Segmentu nagusiak:

1. Langile aktiboak:

Erritmo biziko lana duten pertsonak, atseden laburrak egin behar dituztenak produktibitatea mantentzeko. Askotan ordutegi estuak dituzte eta Body Cloud bezalako soluzio azkar bat behar dute.

2. Turistak eta bidaiariak:

Aireportuetan atseden hartu, konexioak itxaroten egon edo jet lag-a arindu nahi duten pertsonak. Kapsula isolatuak beren erosotasunerako aproposak dira.

3. Ikasleak:

Unibertsitateetan edo gimnasioetan ibiltzen diren gazteak, estresa handia dutenak eta kontzentrazioa berreskuratzeko edo atseden hartzeko behar premiazkoa dutenak.

4. Merkataritza-gunetako bezeroak:

Erosketen artean atseden hartu edo denbora librean erlaxatu nahi duten pertsonak.

5. Hoteleko bezeroak:

Bidaiariak edo enpresa-bezeroak Body Cloud-en kapsulak erabiltzen dituzte check-in edo check-out aurreko orduetan edo egun luze baten ondoren.

Segmentu guztiek komunean dute ongizate-esperientzia azkar, eskuragarria eta teknologikoa bilatzea. Horregatik, Body Cloud-ek merkatu zabal eta fidagarri baten premiak betetzen ditu.