

Segmento del Mercado



SafeWay LIFE

Un paso por delante del peligro

Safeway Life se dirige a diferentes segmentos del mercado, teniendo en cuenta factores como la edad, la situación familiar y el nivel de responsabilidad sobre otras personas. La aplicación puede ser utilizada por cualquier ciudadano, pero existen segmentos con una necesidad especialmente alta de este servicio.

Uno de los principales segmentos está formado por adultos de entre 30 y 60 años con responsabilidades familiares. Dentro de este grupo se encuentran padres y madres con hijos en edad escolar, que buscan seguridad, control y tranquilidad durante situaciones de emergencia. Este segmento es el cliente principal, ya que son quienes toman la decisión de compra tanto de la aplicación como de las pulseras.

Otro segmento relevante son las familias con personas mayores de más de 83 años a su cargo. En este caso, el cliente vuelve a ser el familiar responsable, mientras que el consumidor final es la persona mayor que utiliza la pulsera. Estas familias valoran especialmente la geolocalización y las alertas físicas, ya que muchas personas mayores no utilizan smartphones de forma habitual.

Los niños de entre 5 y 14 años constituyen un segmento consumidor clave, aunque no son los compradores del producto. Las pulseras están diseñadas específicamente para ellos, permitiendo a los padres conocer su ubicación y saber si se encuentran en una zona segura durante una catástrofe.

En resumen, el cliente objetivo de Safeway Life son adultos responsables de su familia que buscan protección, prevención y tranquilidad, mientras que los consumidores finales son tanto estos adultos como los niños y personas mayores que utilizan las pulseras de seguridad.

