

SEGMENTACIÓN DE CLIENTES

La empresa se dirige a usuarios que buscan planes de ocio personalizados para realizar con familia, pareja o amigos, utilizando una aplicación móvil basada en inteligencia artificial.

SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA

Los clientes se encuentran principalmente en zonas urbanas, donde existe una mayor oferta de restauración, ocio y actividades culturales. El ámbito de actuación es el mercado nacional.

SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA

El público objetivo está formado por personas de entre 18 y 45 años, sin distinción de género. Se trata de estudiantes y trabajadores en activo, con un nivel de ingresos medio o medio-bajo, que buscan opciones de ocio accesibles.

SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA

Son personas con una vida social activa, interesadas en disfrutar de experiencias en grupo. Valoran la comodidad, la tecnología y las soluciones rápidas. Además, muestran interés por el ahorro y por un consumo más responsable, evitando el desperdicio de comida y recursos.

SEGMENTACIÓN CONDUCTAL

Son usuarios habituales de aplicaciones móviles, que toman decisiones de ocio de forma espontánea. Suelen aprovechar ofertas de última hora y están dispuestos a probar nuevas propuestas si se adaptan a sus intereses y a su presupuesto.

CONCLUSIÓN

El cliente objetivo es una persona urbana, digital y social, que busca planes de ocio personalizados y económicos, y que valora tanto la facilidad de uso de la aplicación como las oportunidades de ahorro.