

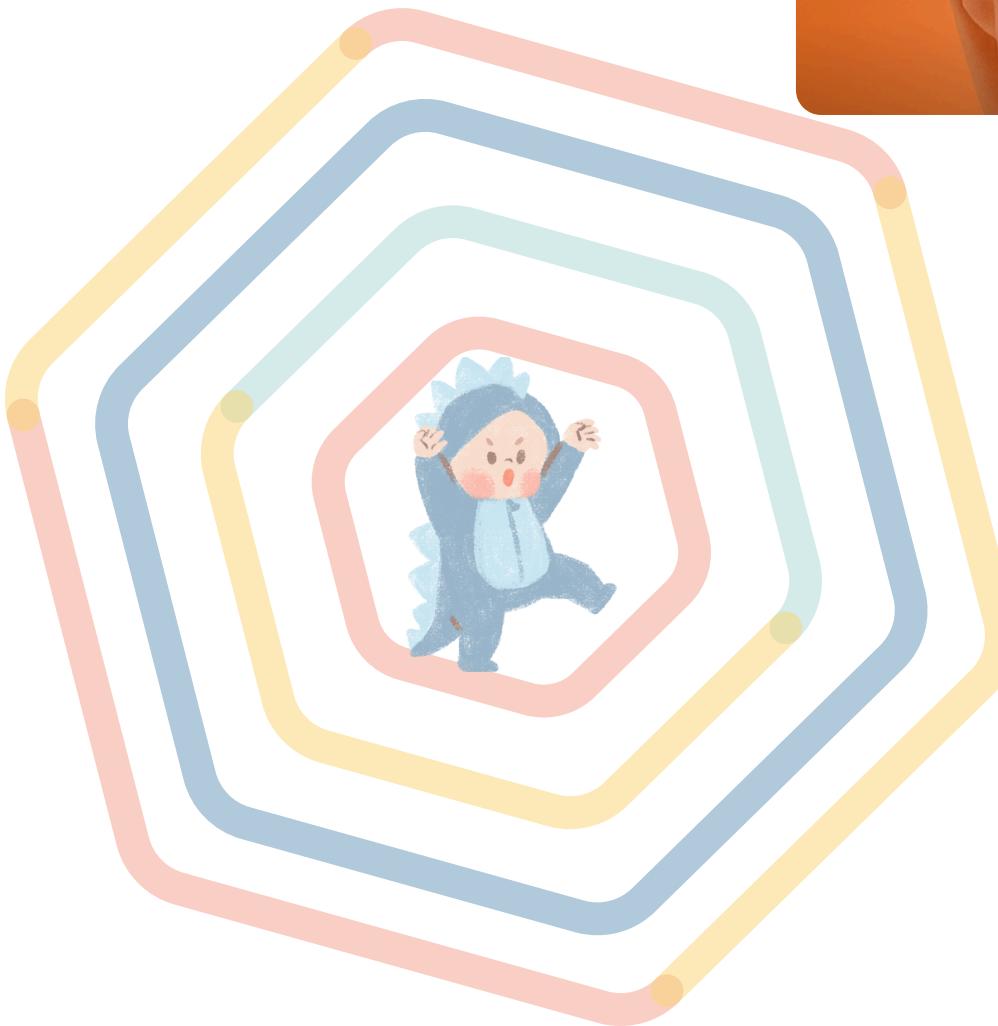




# ÍNDICE

- 1. ¿Quién es nuestro cliente? Segmentos de clientes. Producto que ofrecemos**
- 2. Tipo de mercado según la segmentación de clientes**
- 3. Riesgos relacionados con la segmentación de mercado y medidas para minimizarlos**
- 4. Encuesta realizada al segmento al que nos dirijimos**

# QUIÉN ES NUESTRO CLIENTE



-En Tetiboo distinguimos claramente entre usuarios del producto y clientes que toman la decisión de comprarlo, ya que no coinciden. Los Usuarios finales son los bebés que usan nuestros chupetes y los clientes compradores son los familiares de esos bebés (padres, abuelos u otros familiares), que compran el producto.

## . Buyer Persona:

- Nombre: Patricia y Pepe
- Edad: Patricia 32 y Pepe 34
- Situación personal: son padres primerizos y modernos que se preocupan y priorizan la seguridad, la higiene, la sostenibilidad, y la calidad precio a la hora de buscar un producto para su hija.
- Objetivos: mejorar el medioambiente y encontrar un chupete sostenible e higiénico para su bebé.
- Problemas: no encuentran un chupete para su bebé con todas las características que quieren.

# QUIÉN ES NUESTRO CLIENTE

## ¿QUÉ oyen?

- Ven programas de reformas de casas y documentales sobre la naturaleza.
- Escuchan música de artistas como Melendi.
- Oyen las preocupaciones de otros padres sobre la contaminación y las bacterias que se acumulan en los chupetes convencionales que pueden causar enfermedades

**¿Cuáles son sus dolores?:**  
Desperdicio de plástico en el mundo, no encuentran productos sostenibles para su bebé.

## ¿QUÉ PIENSAN Y SIENTEN?

- No quieren perjudicar al medioambiente
- Quieren lo mejor para su bebé.



## ¿QUÉ DICEN Y HACEN?

- Suelen ir de excursión a la montaña..
- Dan valor a productos calidad precio.
- Dan valor a empresas y productos que no contaminen

**¿Cuáles son sus necesidades?:** Productos sostenibles para bebés y que tengan facilidades para el reciclaje

# TIPO DE MERCADO SEGÚN LA SEGMENTACIÓN DE CLIENTES

El mercado de Tetiboo si es un mercado segmentado, porque:

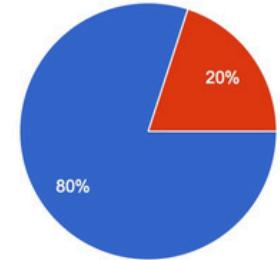
- Nos dirigimos a un grupo específico de la población (familias con bebés, preocupados por el medio ambiente y por la salud de sus hijos).
  - Nuestra propuesta de valor va única y exclusivamente dirigida a esas familias
- A las familias les proporcionamos: seguridad y confianza de que nuestro producto es el mejor del mercado para los más pequeños de la casa porque nuestro producto brinda seguridad e higiene.



# ENCUESTA

¿Ves bien que tu bebe use chupete?

5 respuestas



¿Cada cuanto tiempo compras chupetes para tu bebe?

5 respuestas

No n'utiliza.

Cuando los pierde

No ha usado (no lo hubiera visto mal pero nunca lo quiso)

2 meses

1 mes



¿Cual es el precio ideal para un chupete?

5 respuestas

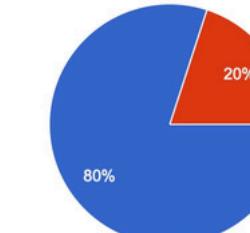
No ho sé

5-7€

6 euros

5'50€

5



[Copiar gráfico](#)



¿Estarías dispuesto/a a comprar un chupete ecológico y con un sistema de reciclaje a cargo de nuestra empresa aunque con un precio ligeramente superior?

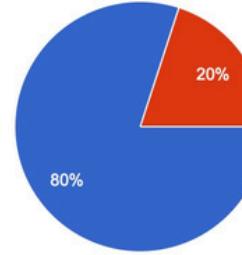
5 respuestas

si

no

¿Ves bien que tu bebe use chupete?

5 respuestas



si

no

¿Cada cuanto tiempo compras chupetes para tu bebe?

5 respuestas

No n'utiliza.

Cuando los pierde

No ha usado (no lo hubiera visto mal pero nunca lo quiso)

2 meses

1 mes



# RIESGOS RELACIONADOS CON LA SEGMENTACIÓN DE MERCADO Y MEDIDAS PARA MINIMIZARLOS

En conclusión, la Buyer Persona y el Mapa de Empatía nos han permitido definir claramente nuestro cliente objetivo y justificar que hay una gran existencia de distintos segmentos. Esta segmentación nos permite ofrecer un producto más personalizado, eficaz y adaptado a un problema real.

RIESGO IDENTIFICADO	DESCRIPCIÓN DEL RIESGO	NIVEL DE RIESGO	MEDIDA PARA REDUCIR EL RIESGO
BAJA DEMANDA INICIAL	DIFICULTAD PARA CONSEGUIR CLIENTES AL PRINCIPIO	MEDIO	COLABORACIONES CON INFLUENCERS Y MARKETING DIGITAL SOSTENIBLE
DEPENDENCIA EXCESIVA DE POCAS FAMILIAS	PÉRDIDA DE INGRESOS SI SE VAN VARIOS CLIENTES	BAJO	DIVERSIFICAR LA CARTERA DE CLIENTES
BAJA NATALIDAD	CADA AÑO EN ESPAÑA LA NATALIDAD BAJA	ALTO	VENTA A OTROS PAÍSES VÍA ONLINE

