

# SEGMENTACIÓN DE MERCADO – FOMO STUDIO

## ¿Quién es nuestro cliente?

El cliente objetivo de FOMO Studio está formado principalmente por adolescentes y jóvenes adultos que buscan experiencias de ocio nocturno y eventos donde puedan pasar tiempo de calidad con sus amigos, divertirse y vivir experiencias diferentes y memorables.

De forma indirecta, también se consideran clientes las empresas del sector del ocio nocturno, especialmente discotecas y pubs, que contratan nuestros servicios para dinamizar sus eventos y aumentar la satisfacción y permanencia de sus asistentes.

## ¿Cuáles son las características de estos clientes?

### 1. Segmento principal: Público joven (cliente final)

Las características de este segmento son:

- **Edad:** adolescentes y jóvenes adultos, aproximadamente entre 16 y 25 años.
- **Estilo de vida:** activos socialmente, valoran el ocio, la diversión y las experiencias compartidas.
- **Hábitos de consumo:** consumen principalmente contenidos digitales y redes sociales como Instagram y TikTok.
- **Motivaciones:** buscan eventos originales, ambientes animados y actividades que rompan con la rutina.
- **Comportamiento social:** suelen acudir a discotecas y eventos en grupo, priorizando la experiencia colectiva.
- **Valores:** valoran la exclusividad, la innovación y las experiencias únicas frente a opciones tradicionales.

## 2. Segmento secundario: Discotecas y empresas de ocio

Este segmento está formado por:

- **Tipo de cliente:** discotecas, pubs y organizadores de eventos privados.
- **Necesidades:** aumentar la afluencia de público, evitar tiempos muertos y mejorar la experiencia del cliente final.
- **Intereses:** incrementar beneficios económicos y diferenciarse de la competencia.
- **Relación con FOMO Studio:** cliente profesional que contrata nuestros servicios de dinamización y animación.

## Tipo de mercado según la segmentación

El mercado de FOMO Studio se clasifica principalmente como un mercado segmentado, ya que:

- Nos dirigimos a un grupo concreto de clientes jóvenes con intereses y comportamientos similares.
- Adaptamos nuestra propuesta de valor específicamente a sus gustos, hábitos digitales y expectativas de diversión.
- Aunque el público final es joven, existe un segundo segmento claramente diferenciado, formado por empresas del sector del ocio nocturno.

Además, el modelo de negocio puede considerarse cercano a una plataforma o mercado multilateral, ya que conecta a dos grupos de clientes:

- Por un lado, los jóvenes asistentes a los eventos.
- Por otro, las discotecas y pubs que contratan el servicio.

## BUYER PERSONA

Nombre:  
**Laura Gómez**



Insertar la imagen de nuestro cliente

22 años, mujer. Estudia Marketing y Comunicación. Trabaja a tiempo parcial en una tienda de ropa. Ingresos medios-bajos, pero gasta buena parte en ocio y experiencias.

Edad/Sexo/Estudios/Profesión/Nivel de ingresos

Le encanta salir con amigos los fines de semana, asistir a fiestas temáticas y estar al día con las tendencias de redes sociales. Usa TikTok e Instagram constantemente. Le gusta grabar videos, participar en retos y destacar en ambientes sociales.

Estilo de vida/Hobbies/Ocio/Tiempo libre

**Quiere vivir experiencias diferentes cuando sale de fiesta, no solo bailar. Busca momentos originales y "instagrameables". Desea sentirse parte del ambiente, conocer gente y pasarlo bien de forma divertida.**

Deseos/Necesidades

**Se aburre cuando las discotecas ofrecen siempre lo mismo. A veces siente que las noches son repetitivas o que no hay suficiente interacción entre el público. No le gusta gastar dinero si la fiesta no aporta algo nuevo o memorable.**

Obstáculos/Frustraciones

**Quiere disfrutar y desconectar del estudio o el trabajo. Busca experiencias que pueda compartir en redes, ganar concursos o aparecer en videos del evento. Le motiva destacar, reírse y tener recuerdos originales de cada noche.**

Metas/Motivaciones/Objetivos

**Nuestra empresa convierte una noche común en una experiencia interactiva: organiza actividades, concursos y retos tipo TikTok que rompen la rutina y fomentan la participación del público. Así, las discotecas atraen más clientes y Laura vive noches únicas y llenas de diversión.**

¿Qué problema resuelve nuestro producto o servicio?

## Empathy Map

Name:

