

## SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Es el conjunto de personas u organizaciones que comparten características, necesidades o comportamientos parecidos y a quienes **MRI Simulation** dirige su propuesta de valor. Identificar los segmentos de clientes nos permite adaptar nuestro producto para satisfacer mejor sus expectativas.

Nuestro principal segmento de clientes son los hospitales privados y las clínicas privadas que realizan pruebas de resonancia magnética. Este segmento se caracteriza por:

- Querer aprovechar mejor sus recursos y reducir costes por cancelaciones.
- Estar interesados en soluciones innovadoras para mejorar la experiencia del paciente, consiguiendo de esta manera fidelizar y atraer nuevos clientes.
- Poder tomar decisiones de compra de forma rápida.

Hemos elaborado un listado con ejemplos de centros privados en Asturias:

CENTRO	LOCALIDAD
<b>Centro Médico de Asturias (Oviedo)</b>	Oviedo
<b>Clínica Asturias (Oviedo)</b>	Oviedo
<b>Hospital Ribera Covadonga (Gijón)</b>	Gijón
<b>Resonancia Abierta Toreno (Oviedo)</b>	Oviedo
<b>Resonancia Abierta Avilés, SL (Avilés)</b>	Avilés
<b>Centro Médico Previtalia (Avilés)</b>	Avilés
<b>Clínica Imagen Diagnóstico Avanzada El Molinón (Gijón)</b>	Gijón
<b>Hospital Begoña (Gijón)</b>	Gijón
<b>Hospital Ribera Covadonga (Gijón)</b>	Gijón
<b>Hospital de Jove (Gijón)</b>	Gijón

Aunque nuestros clientes son los centros sanitarios, las personas que realmente usan nuestro producto, los destinatarios finales, son los pacientes. Por eso, también hemos tenido en cuenta sus características y necesidades.

- Pacientes pediátricos (especialmente niños entre 4 y 12 años) que no entienden bien la prueba, se asustan con facilidad, suelen imaginar que la experiencia es algo peor de lo que realmente es y les resulta difícil permanecer quietos durante mucho tiempo.
- Pacientes con claustrofobia que sufren miedo intenso a espacios cerrados, lo que les causa ansiedad, taquicardia y sensación de falta de aire y esto les provoca una necesidad urgente de salir de la máquina cuanto antes.
- Pacientes con ansiedad que están muy nerviosos y preocupados, lo que hace más difícil que colaboren durante la prueba.

Con esta segmentación, **MRI Simulation** se centra en ayudar a los hospitales y clínicas a trabajar mejor y, al mismo tiempo, en mejorar la experiencia de los pacientes.