

Segmentación Del Mercado

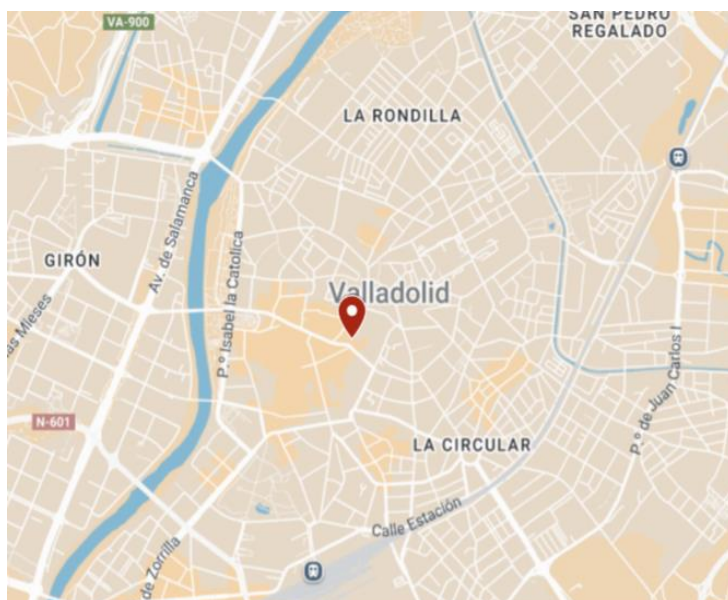
Nuestra segmentación de mercado lo clasificamos en diferentes categorías, dependiendo de ciertas características en distintos ámbitos.

Segmentación Demográfica.

Nos dirigimos a los niños de entre 3 y 14 años, siendo los padres que buscan principalmente esta información entre 28 y 50 años, etapa a la que suelen tener hijos dentro de esas edades. Con una situación familiar que puede ser biparentales y monoparentales con menor tiempo disponible. También aquellas nuevas familias en la ciudad que necesitan referencias rápidas, adaptando cierto nivel económico bajo y medio con interés en actividades educativas, deportivas y culturales teniendo en cuenta que la ocupación de los padres sea profesional con poco tiempo libre, con horarios laborales intensos que necesitan una herramienta rápida y organizada.

Segmentación geográfica.

Este proyecto se lleva a cabo en la zona Centro de Valladolid. Aunque el contenido está centrado en esta área intentamos de cubrir una cobertura de mercado que abarque y llegue a familias de barrios colindantes que buscan actividades céntricas y personas de pueblos cercanos que se desplazan habitualmente al centro. Además de las entidades participantes centros cívicos, bibliotecas, polideportivos, academias privadas, asociaciones y espacios culturales del centro.



Segmentación psicográfica.

Es importante que los padres tengan un derivado interés por la educación integral de sus hijos, la preocupación por la adicción a pantallas, familias envueltas inconscientemente en el sedentarismo y una alarmante salud infantil en consecuencia del mal uso de la tecnología y en busca de alternativas saludables. Deseando fomentar la creatividad por el deporte y la socialización. Manejando un estilo de vida como familias activas que buscan planes constantes. Padres que valoran la organización, la seguridad y la comodidad de tener toda la información en un solo lugar. Motivándoles a cubrir el tiempo libre de los hijos con actividades de calidad reducir la exposición a móviles, tablets y videojuegos para mejorar la salud física y emocional de los niños.

Segmentación conductual.

Llegando a este punto, tenemos en cuenta ciertas necesidades y preferencias específicas de nuestros clientes, como actividades adecuadas a la edad y gustos de cada niño, disposición de una agenda actualizada y eventos fiables para facilitar a las familias su relación entre el trabajo y entretenimiento para sus hijos. Adicional a esto, hacemos frente al comportamiento digital de los usuarios como aquellos padres en búsqueda de información en internet, dispersa en diferentes portales web, además de los usuarios que valoran webs prácticas, rápidas y comparativas asimismo personas que prefieren aplicaciones las cuales les ahorre tiempo e incluso dinero.