



2. Segmentación de mercado, ¿A quién va dirigido?

No queremos ser un producto más en el lineal del supermercado; queremos llegar a quienes ven el cuidado personal desde una perspectiva diferente.

Nuestros perfiles clave son:

-Familias con niños (Nuestro “corazón” del mercado).

Padres y madres que lidian a diario con la resistencia de sus hijos al cepillado. Buscan herramientas que les ayuden a educar sin conflicto y que valoren la tranquilidad de saber que sus hijos se están lavando los dientes correctamente.

-Niños

No serán los compradores del producto, pero los padres serán los decisores de si se compra o no. Para ellos, el cepillo es un compañero de juegos que les premia por hacerlo bien.

-Adultos interesados por la tecnología

Personas que cuidan su salud pero también el planeta. Valoran el diseño limpio, la tecnología útil (sin complicaciones innecesarias) y el hecho de no tener que depender de cables ni cargadores que siempre se pierden o se rompen.

-Clínicas dentales y especialistas

Los dentistas son nuestros mejores aliados. Buscamos que vean en nuestro cepillo una herramienta de prevención real que puedan recomendar a sus pacientes para reducir las caries y mejorar la higiene entre consulta y consulta.

-Centros educativos y proyectos de salud

Colegios que apuestan por la educación integral. Nuestro cepillo encaja perfectamente en programas de hábitos saludables, sirviendo como ejemplo práctico de cómo la tecnología y la ecología pueden mejorar nuestra vida diaria.

En el siguiente gráfico se muestran las familias con niños que se preocupan por la salud bucodental, así como las visitas al dentista en el último año



Incidencia de caries en la población de Castilla y León

