4. Segmentación

4.1 Segmentación de consumidores y/o negocios.

En el caso de *pickupmeal.com*, para poder ubicar los servicios que ofrece la empresa de la mejor manera posible se debe tener en cuenta y analizar sobremanera el pool de clientes a los que se destina los servicios. Para ello es necesario tener en cuenta el contexto donde se desea implementar la solución y realizar una segmentación correcta tanto para los *Usuarios* como para los *Negocios*, aplicando luego estrategias de marketing diferenciadas para ambos.

4.2 Identificación de grupos diferenciados de consumidores.

A continuación se analizan de forma diferenciada los *Negocios*¸ de los *Usuarios* teniendo en cuenta distintos factores dado que poseen una naturaleza distinta.

Clientes

Segmentación Geográfica: La ciudad objetivo es San Nicolás de los Arroyos, Provincia de Buenos Aires, Argentina. Dentro de la misma se tiene en cuenta el factor:

* Densidad: se trata de una región urbana, debido a la ubicación de los negocios y los límites de viaje del delivery (zona céntrica de la ciudad).

Segmentación Demográfica: se tienen en cuenta los siguientes factores:

* Edad: de 15 a 55 años aproximadamente.
* Ocupación: en el intervalo de edades más jóvenes, se trata de Estudiantes que generalmente no tienen recursos generados motu proprio. Focalizándose en los jóvenes que ya se encuentran en una edad en la que pueden tener un trabajo, se esperan clientes con ocupaciones tales como: amas de casa, oficinistas, abogados, profesoras, comerciantes, ingenieros, empleados de diversos tipos, etc. Dado que se trata de una región entre los cuatro bulevares principales, es decir una zona céntrica, se esperan ocupaciones de carácter profesional intermedio y profesional alto.

Psicografica

Clase social, personalidad

Conductual

Actitud hacia el producto

Negocios

Geografica

Densidad

Demografica

Ingreso

Psicografica

Personalidad

Conductual

Actitud hacia el producto