

**Atividade**

Identifique seu segmento de cliente

# Contexto

Você sabe que tipo de pessoas usarão seu produto / serviço? Quem vai pagar por isso? Eles têm algumas características, necessidades ou padrões de comportamento comuns? Sim, eles fazem! É exatamente aqui que entra a segmentação de clientes.

Segmentos de clientes são grupos distintos de pessoas ou organizações que uma empresa tenta focar e servir. Para atender melhor seus clientes, as empresas tendem a agrupá-las em segmentos, caracterizados por necessidades e comportamentos comuns (fatores psicográficos), geografia ou outros atributos.

Com certeza o vídeo, a segmentação e o mercado-alvo (Targeting) te deram uma ideia dos segmentos de clientes e como separá-los. Agora vá em frente! Identifique seu segmento de clientes!

Curso Fundamentos de empreendedorismo

# Instruções

1. Reconstrua suas equipes de 5.
2. Realizem um brainstorm para identificar 3-4 segmentos de clientes para o seu produto / serviço.
3. Cada pessoa pode escrever os segmentos em post-its.
4. Discutam em equipe e escolham 2 segmentos finais.
5. Vocês têm exatamente 15 minutos para concluir essa atividade.

# Conselhos

Aqui estão algumas dicas para identificar segmentos de clientes:

* Um segmento não deve ser muito grande ou muito pequeno. A regra geral é: a entrada de 1 a 15 por cento dos segmentos-alvo seria suficiente para obter vendas satisfatórias.
* O segmento deve ser distintivo.
* Deve ter necessidades específicas, diferentes do mercado.

E embora pareça lógico segmentar seus clientes de acordo com as necessidades deles e delas (ou outros critérios), lembre-se de que são pessoas!

Página 1 de 1

© Wadhwani Foundation

[www.wfnen.org](http://www.wfnen.org/) V01