

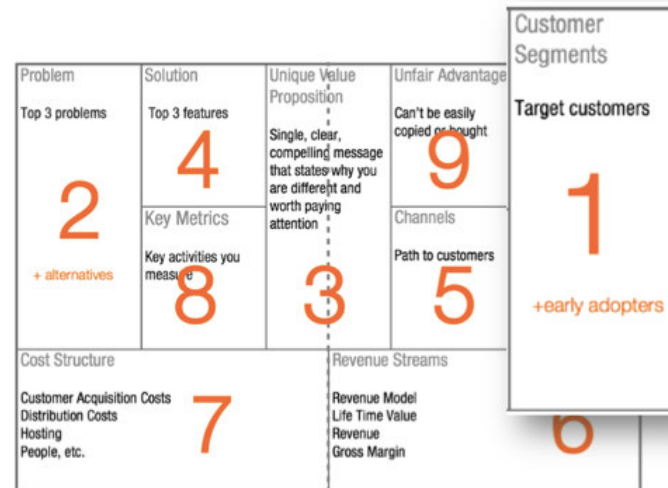


SEGMENT DE MERCAT - CLIENTS

les Can Puig
Innovació i emprenedoria

Segment - Clients

Segments de clients



- Identifica i coneix els **segments de clients** sobre els quals treballar,
- Sobretot esforça't a esbrinar qui podrien ser els teus **early adopters** o **usuaris principals** amb els quals començar a treballar.

Segmentació de mercat - Client

Estratègies de segmentació

Coca-cola segmentació

Segment de Mercats



Segment - Clients

Exemples de segments:

Mercat de masses : el negoci es dirigeix a un mercat el més ampli possible amb unes necessitats i problemes similars .

Nínxols : segments de mercat altament especialitzats que atenen uns requisits molt específics .

Segmentats : segments de mercat amb necessitats poc diferenciades , és a dir segments diferents però que tenen unes necessitats similars encara que amb lleugeres variacions .

Diversificats : segments molt diferents entre si , amb necessitats i problemes únics .

Multi - segments : segments que depenen de diversos segments alhora. Un bon exemple seria el de la publicitat que d'una banda requereix d'empreses que contractin espais publicitaris i alhora es necessita que la publicitat arribi als usuaris

Segment - Clients

Altres segmentacions de mercats

- **SEGMENTS DE MERCAT**

Els clients són el centre de qualsevol model ; sense ells no hi ha compres, no hi ha ingressos i, per extensió, no hi ha negoci .

La millor manera de assegurar-te que ho aconseguiràs és que tinguis un perfil molt definit de qui són, què volen , on es mouen Com més petit i vertical sigui aquest nínxol , millor . Si, a més , pots trobar un segment que estigui desates , millor que millor . Tindràs una oferta guanyadora .

- **DE MENYS A MÉS**

Centrar-te en un segment de mercat concret no et condemna a quedar sempre estancat en ell . Una vegada que sàpigues bé què és el millor que saps fer podràs créixer sense cometre errors que et facin perdre temps i diners . Però primer has de demostrar que ets bo fent alguna cosa.

Els grups de clients pertanyen a segments diferents si :

- * Les seves necessitats requereixen i justifiquen una oferta diferent .
- * Requereixen un tipus de relació diferent.
- * El seu índex de rendibilitat és molt diferent
- * Estan disposats a pagar per diferents aspectes de l'oferta.

Segment - Clients

Hi ha diversos segments de mercat . A continuació es presenten alguns exemples:

- MERCAT DE MASSES

Públic en general (no es distingeixen segments) . Ex : el sector de l'electrònica de consum .

- NÍNXOL DE MERCAT

Segments específics i especialitzats . La proposta de valor, els canals de distribució i la relació amb els clients s'adapten als requisits específics d'una fracció de mercat . Ex: fabricants de peces de vehicles , que depenen dels principals fabricants de cotxes .

- MERCAT SEGMENTAT

Diversos segments de mercat amb necessitats i problemes lleugerament diferents . Hi ha vegades que són molt fluctuants , canvians . Targetes de crèdit en què el límit de crèdit és diferent segons el client , o el cas de Micro Precision Systems , una empresa especialitzada en solucions externes de fabricació i micromecànica que atén tres segments de mercat diferents : la indústria mèdica , la indústria rellotgera i el sector de l'automoció industrial , als quals ofereix una proposta de valor diferent.

- MERCAT DIVERSIFICAT

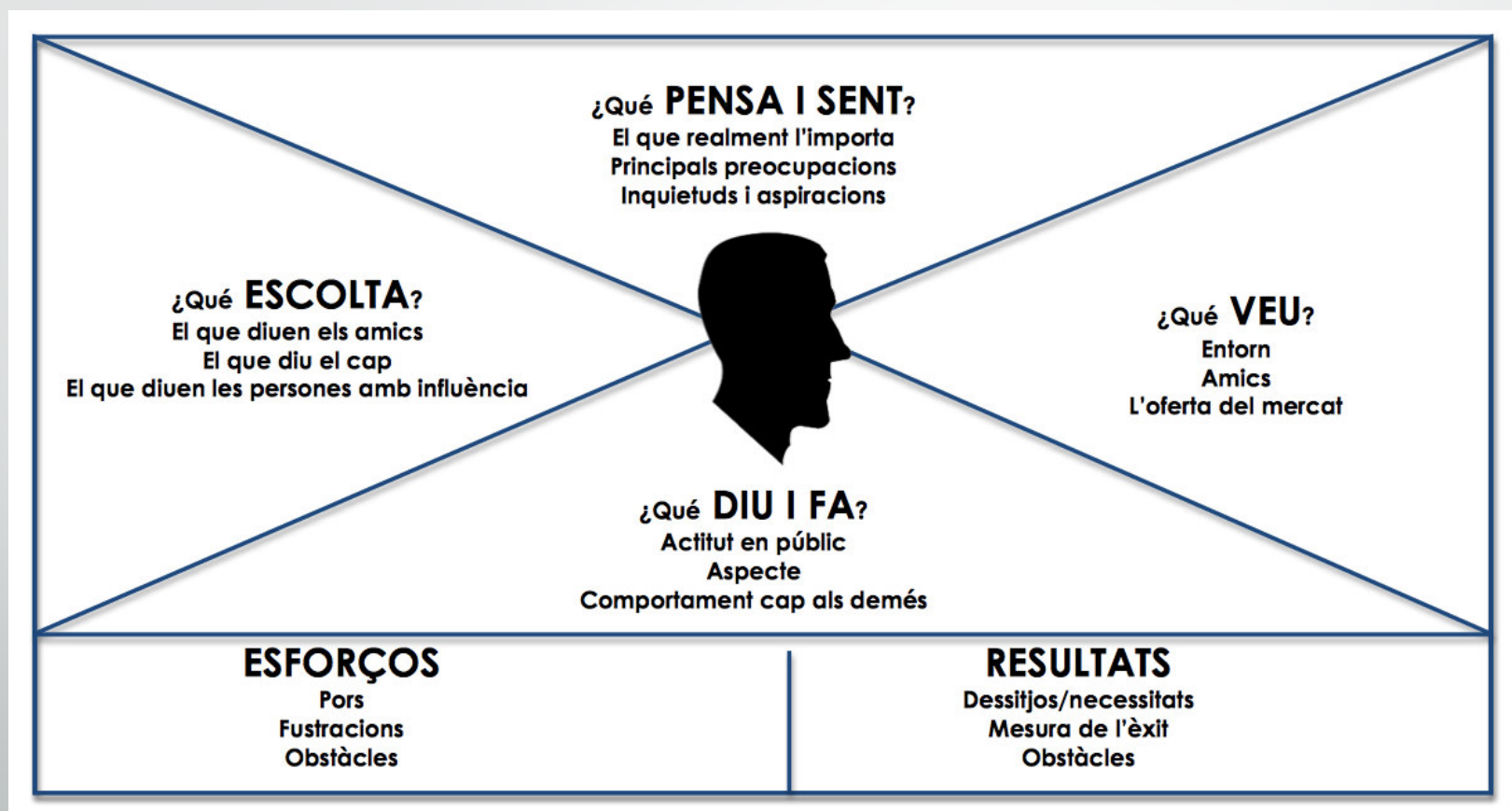
L'empresa atén a 2 segments que no estan relacionats i tenen problemes i necessitats molt diferents . Ex ; Amazon.com , que el 2006 va decidir diversificar el comerç al detall amb l'oferta de cloud computing , espai d'emmagatzematge en línia i ús del servidor a petició, Venda a l'engròs i venda al detall .

- PLATAFORMES MULTILATERALS

Segments diferents però interdependents . Diaris gratuïts (anunciants i lectors) . Facebook, Google . Moltes vegades se subvenciona un dels dos segments .

Segment - Clients

Mapa de l'empatia



L'objectiu últim és no només guanyar una millor comprensió del client, sinó poder ajustar la nostra proposta de valor a les aspiracions, frustracions i necessitats reals del client

Segment - Clients

Mapa de l'empatia

QUÈ PENSA I SENT ?

- Què és el que el mou ? • Quines són les seves preocupacions ?
- Què és el que li importa realment (i que no diu) ?
- Quines són les seves expectatives , somnis , i aspiracions ?

QUÈ DIU I FA ?

- Com es comporta habitualment en públic ? (hàbits)
- Com és el seu aspecte ?
- Què diu que li importa ?
- Amb qui parla ?
- L' Influència a algú ?
- Hi ha diferències entre el que diu i el que pensa ?

QUÈ VEU ?

- Quin és el seu entorn ?
- A quin tipus d'ofertes està exposat?
- Qui són les persones clau del seu entorn ? (amics , veïns , companys feina ...)
- A quin tipus de problemes s'enfronta ?

Segment - Clients

Mapa de l'empatia

QUÈ ESCOLTA ?

- Què és el que escolta en el seu entorn professional ?
- Què diuen els seus amics i família ?
- Qui exerceix més influència sobre ell ?
- Com ho fan ? A través de quins mitjans ?

I com derivades de les anteriors preguntes , és clau comprendre (i inclouen al mapa) :

QUÈ LI FRUSTRA ?

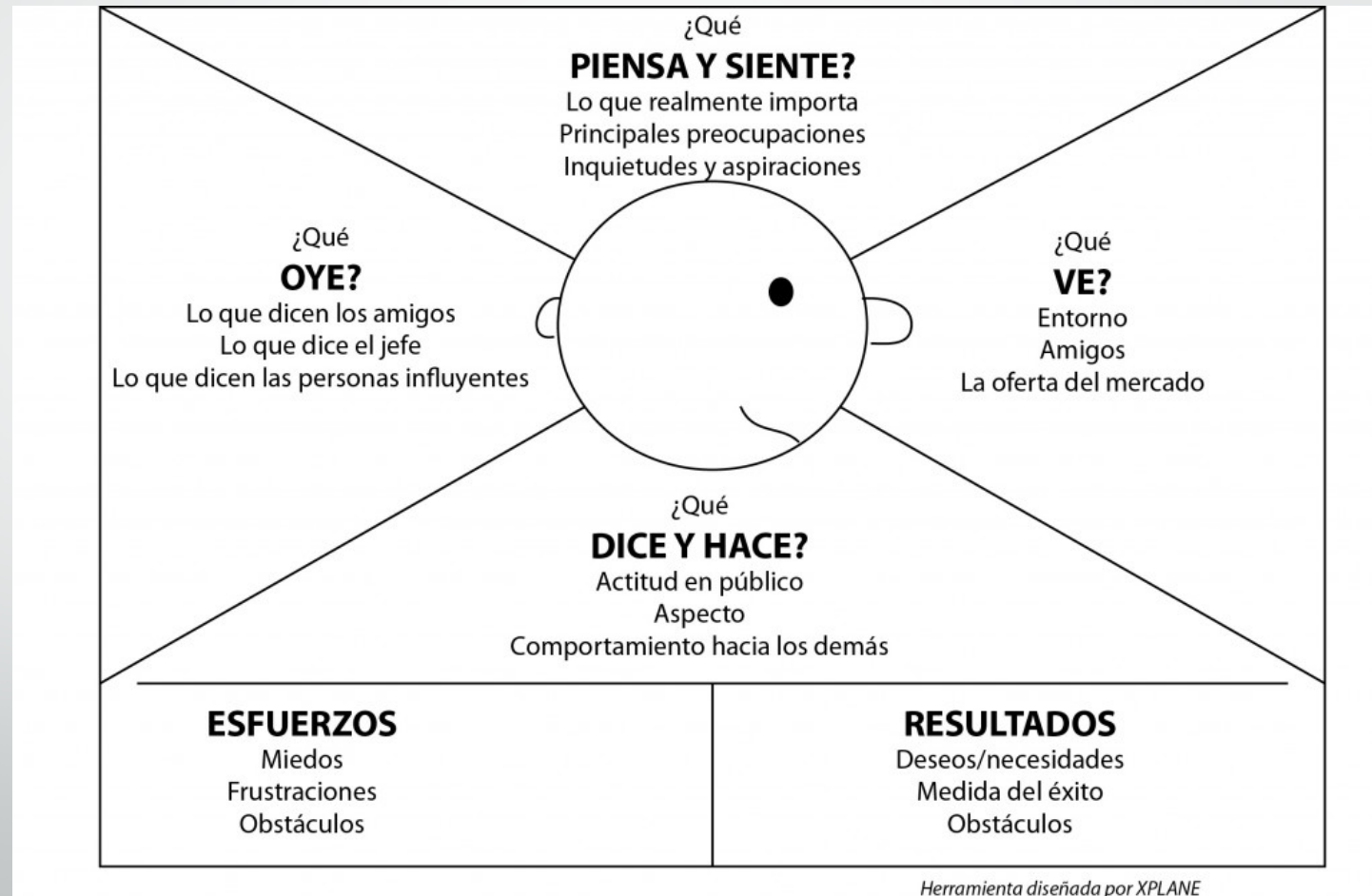
- Què frustra ?
- Quines pors o riscos li preocupen ? • Quins obstacles troba en el camí dels seus objectius ? (barreres entre el que compleix i el que vol complir)

QUÈ LI MOTIVA ?

- Què és el que de veritat li agradaria aconseguir?
- Per al / a Què és l'èxit ?
- Com intenta aconseguir ? (les seves estratègies)
- Com mesura l'èxit ?

MAPA D'EMPATIA

Mapa de l'empatia



Tasques

1,- Un cop fet el qüestionari del mapa de l'empatia lliureu el mapa de l'empatia del vostre client tipus (early adopter). Seguint l'esquema de l'inici del qüestionari responet a les qüestions:

Què pensa i sent?

Què escolta?

Què veu?

Què diu i fa?

Esforços

Resultats

2,- Quin són els clients als quals dirigireu el teu producte o servei? Definiu les característiques més significatives que reuneixen