

Definición de Clientes Objetivo (Target)

Para que nuestra aplicación de gestión de bodega sea un éxito, debemos identificar qué tipos de restaurantes tienen la necesidad más apremiante y la capacidad de inversión para adoptar nuestra solución.

Nuestro cliente objetivo principal no es cualquier restaurante, sino aquel donde el vino es un componente clave de su propuesta de valor.

1. Cliente Principal (Target Primario)

Este es el cliente ideal que más se beneficia de nuestra solución:

Característica	Descripción
Tipo de Establecimiento	Restaurantes de Alta Cocina, Gastronómicos y <i>Fine Dining</i>. Aquellos con estrellas Michelin, Soles Repsol o menciones en guías de prestigio.
Tamaño de la Bodega	Bodegas medianas a grandes (más de 150-200 referencias diferentes) y con un alto valor de inventario.
Rol Clave	El Sommelier y/o el Jefe de Sala. Son los usuarios diarios y los que tienen la máxima frustración con el control manual.
Necesidad Principal	Precisión y Servicio. Necesitan asegurar que la añada en la carta es la misma que está en la cava, y reducir el tiempo de búsqueda en servicio.
Motivación de Compra	Profesionalización y Reputación. Invierten en herramientas que mejoran la experiencia del cliente y la eficiencia del equipo.

2. Cliente Secundario (Target Potencial)

Estos clientes también necesitan la solución, pero en una escala ligeramente menor:

Característica	Descripción
Tipo de Establecimiento	Bistrós de Nivel Medio-Alto, Vinotecas con servicio de comidas o restaurantes temáticos (especializados en carne, pescado, etc.) con un enfoque en una carta de vinos de calidad.
Tamaño de la Bodega	Bodegas pequeñas a medianas (50 a 150 referencias).
Rol Clave	El Propietario/Gerente o el Chef , que gestiona el negocio en general y busca optimizar costes.
Necesidad Principal	Control de Costes y Trazabilidad. Buscan evitar pérdidas por roturas o rotación ineficiente, y controlar los márgenes.
Motivación de Compra	Eficiencia y Ahorro. Buscan una herramienta que les libere tiempo y reduzca el esfuerzo administrativo.

¿A quién NO nos dirigimos inicialmente?

Bares o cafeterías con una oferta de vinos muy limitada (menos de 20 referencias), ya que el coste de nuestra aplicación superaría el beneficio que obtendrían.

Al dirigirnos a los Restaurantes Gastronómicos (Target Primario), podemos justificar un precio más alto por nuestro software, ya que el valor de su inventario de vinos y el riesgo asociado a un mal servicio son mucho mayores.