

# SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Nuestro producto pertenece a un mercado de nichos.

Es un segmento muy específico, que se dirige a un público concreto bien diferenciado. Se ha dispuesto que nuestro proyecto pertenezca a un mercado de nichos, ya que los canales de distribución y las realizaciones estarán diseñados a medida del cliente. En nuestro caso modificaremos un producto ya existente para una mejor confortabilidad de nuestros clientes a la hora de realizar un deporte.



A la hora de saber cuáles son las necesidades de nuestros clientes y a qué tipo de clientes nos vamos a dirigir hemos tenido en cuenta estos factores.

- **Grado de participación:** Reconocer la habitualidad de la práctica, frecuencia de visita a los eventos deportivos y clubes sociales, nivel de seguimiento del deporte, etc. Con esta información, estamos segmentando de acuerdo al grado de compromiso que tiene el consumidor por el producto que consume.
- **Grado de cercanía al lugar de práctica, geográfica:** Cuanto más cerca se encuentra del recinto deportivo, mayores son las posibilidades de participación en alguna actividad deportiva.
- **Grado de perfil demográfico, edad:** Relación entre la edad y la práctica deportiva, o visita a eventos deportivos.

- **Grado de comportamiento social psicológico:** Aquí segmentamos de acuerdo a estilos de vida, actitudes, opiniones, deseos, necesidades.

Después de realizar esta segmentación y debatir a qué tipo de clientes está dirigido nuestro producto, queda establecido que nuestros clientes son todo tipo de corredores, tanto jóvenes como adultos, profesionales como aficionados...

Para satisfacer las necesidades de nuestros clientes tenemos que tener en cuenta su opinión y los problemas que tiene a la hora de realizar el deporte. Este mercado de clientes busca poder llevar sus pertenencias de forma cómoda y segura al mismo tiempo.

***“Los clientes son el corazón de cualquier modelo de negocio ya que sin ellos ninguna empresa puede sobrevivir mucho tiempo”***

