

2. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Nuestro producto va enfocado a un mercado muy específico (mercado de nichos), principalmente dirigido a tiendas pequeñas y más exclusivas con una afluencia no masiva de gente.

“TRY ON FIRE” va dirigido a un público joven-adulto ya que cuenta con tecnología de por medio, pero es muy simple de utilizar por lo que no se cierra las puertas a ningún sector de la población.

A medida que el producto se vaya dando a conocer, se irá instalando en tiendas con mayor afluencia de clientes y así conseguir entrar en un mercado masivo.

