

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Para nuestro proyecto hemos elegido un mercado segmentado.

Ya que nuestra empresa se subdivide un mercado en subconjuntos de clientes de acuerdo a ciertas características que le son de utilidad, y así poder ayudar a nuestros clientes a encontrar un producto mejor adaptado a sus necesidades o deseos.

¿Quién es tu cliente?

- Nos dirigiremos expresamente a un cliente joven (adolescentes), ya que serán los que más demanden nuestra idea. La razón es porque los jóvenes tienen un poder adquisitivo quizás menor que los adultos que tienen un trabajo y una vida estable.
- Por ello verán práctico y muy novedoso el poder comprarse con alguien un par de botas y pagarlo entre las dos.
- Será más demandado por mujeres que por hombres, ya que las mujeres suelen poseer e interesarse más en zapatos para combinar sus prendas de vestir.
- Nuestra empresa en principio se dedicaría a distribuir nuestro producto a nivel nacional.

Indistintamente, también irá dirigido a un público más mayor y menor de ambos sexos, según la demanda que exista.

¿Cuáles son las características de estos clientes?

- Clientes con un poder adquisitivo medio – alto.
- Mujeres y hombres, aunque principalmente para mujeres entre 14 años (porque están en edad de crecimiento) y 35 años de edad.
- También pueden ir dirigido a familias numerosas ya que sería una buena forma de ahorro.