

Segmento de mercado.

1. Tendríamos dos tipos de clientela. Hemos llevado a cabo dicha división atendiendo principalmente a la edad del cliente y al tipo de producto que desea adquirir :

- a) Jóvenes entre 10 y 19 años, estudiantes y con poco dinero. Estos jóvenes compran mayoritariamente en tiendas de barrio ya que ellos por lo general no pueden comprar por Internet. Sin embargo podrían comprar nuestro producto a través de sus padres o algún familiar. Este tipo de cliente compra de forma impulsiva por seguir modas o influencias de sus amigos.

Este tipo de cliente compra muñecos, objetos relacionados con los videojuegos, camisetas...

En este caso realmente son los padres de estos jóvenes los que compran los productos que quieren sus hijos.



- b) Hombres y mujeres entre 20 y 40 años que estudian o trabajan. Comprarían en general por Internet porque es más barato, existe más variedad y es más cómodo que una tienda física. Son personas que en su tiempo libre les gusta ver series, películas o jugar a videojuegos. Compran ellos mismos, muchas veces y en pequeñas cantidades.

Este tipo de clientes compran figuras de coleccionismo, series, películas, camisetas, posters...

Como hemos dicho anteriormente lo dividimos en dos tipos de clientes porque los productos que van a adquirir son diferentes, el primer grupo se centrará en productos más infantiles y el segundo grupo en coleccionismo. Además el segundo grupo tiene más poder adquisitivo que el primero y en el primer grupo serán los padres los clientes siendo sus hijos los clientes usuarios.