

# SEGMENTO DE CLIENTES



Nuestro establecimiento ha segmentado su público objetivo atendiendo a las siguientes características:

**Atendiendo a la edad**, se requiere un mínimo de dieciséis años, para poder realizar compras u ofrecer productos en nuestra tienda. Ayudando a los minoristas de ropa a determinar sus audiencias de compra. Nuestras prendas y accesorios, van dirigidos mayormente a los adolescentes, y a entre gente de 16-26 años, con líneas de moda nueva.

**En cuanto a la zona geográfica** pretendemos contar con clientes que se muevan por zonas urbanas. En cuanto al clima varían las temperaturas por lo que ofrecemos prendas de verano y de invierno.

Nuestra empresa, **con respecto a la renta de los clientes**, está pensada para personas con un nivel económico no muy alto, más bien medio/bajo.

Puesto que no hay un tipo definido de **estilo**, proporcionamos una gran variedad de ellos, haciendo así el círculo de clientes más amplio.

Los jóvenes muestran la necesidad de variar continuamente su estilo, respecto a sus prendas y accesorios. Esta necesidad es cubierta por nuestra empresa, siendo uno de nuestros principales objetivos.

**En cuanto al estilo de vida** ofrecemos prendas y accesorios, sin centrarnos solo en un segmento particular. Por ejemplo, hasta un cazador o un militar puede utilizar nuestros servicios encontrando lo que necesite sin ser una prenda de marca. Con esto, queremos hacer referencia a que los productos que alquilamos no son de un solo tipo ni de una sola gama.

Los clientes pueden hacer uso de nuestros **productos para diferentes ocasiones**, tanto para la práctica de un deporte como para asistir a una fiesta, para el trabajo, para los momentos de ocio, etc.

Como **objetivo de la segmentación**, pretendemos facilitar la identificación de nuevas oportunidades y nichos de mercado; ello permite el lanzamiento de marcas ya existentes y líneas de producto pero con la diferencia de que el precio que ponemos para hacer uso de ellas temporalmente es mucho más reducido.

