

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Nuestro producto estará dirigido a los jóvenes mayoritariamente, ya que son los amplios consumidores de tecnologías, pero cualquier persona con algún aparato electrónico podrá adquirir nuestro producto.

Las personas que compran nuestro producto, son las que valoran la exclusividad y quieren diferenciarse del resto o destacar con ciertos accesorios que no todo el mundo tenga. Y en este caso como son productos personalizados, está claro que nadie va a tener el mismo producto.

Es por ello que segmentamos a nuestros clientes por estos criterios:

- Edad (dependiendo de la edad tendrá un diseño u otro). Por ejemplo, un cliente que quiera un accesorio para una tablet para un niño de una edad entre 3 y 10 años podrá diseñar sus accesorios con imágenes de dibujos animados o cualquier tema infantil.



- Sexo (Hombre o Mujer) primero se les enseñaran unos diseños estándar para cada sexo, pero a la hora de diseñarlo el cliente tendrá la última palabra para la elección del estilo, puesto que no queremos entrar en temas de machismo o sexismo.



- Capacidad adquisitiva (dependiendo del dinero que estén dispuestos a pagar), si el cliente quiere tener ciertos accesorios únicos dentro de nuestros productos, cuanto más dinero esté dispuesto a pagar, mayores características podrá obtener en su diseño.



- Estilo del cliente. Algunos clientes pueden ser lo que se dice más modernos o incluso más psicodélicos, e incluso más clásicos, por lo que los artículos variaran en función de los gustos de los clientes.