

2. Segmentación de mercado

Aproximadamente casi todo el mundo goza de unas vacaciones y de unos momentos de relax en los cuales se necesitan satisfacer unas necesidades para aportarnos la mayor comodidad posible.

SFORZO ha visto esta característica como una característica homogénea y ha decidido desarrollar este producto.

Para nuestra empresa, los clientes siempre son el núcleo de nuestras ideas. Todas ellas giran en torno a éstos preguntándonos como querrán los productos, como se sentirán más cómodos...etc.

Nuestro producto se dirige a todo tipo de grupos de clientes, tanto jóvenes como adultos. Gente que necesite comodidad en su vida y que podamos satisfacer notablemente sus necesidades.

No nos condicionamos con la edad de los clientes ya que es un producto que puede usar cualquier persona.

Hay diferentes tipos de mercados según la segmentación de clientes como:

- Mercado masivo
- Mercado de nichos
- Mercado segmentado
- Mercado diversificado
- Plataformas o mercados multilaterales

Nuestra empresa se caracteriza por ser de nichos ya que nos referimos a unas características y unas necesidades homogéneas que los individuos poseen y no están del todo cubiertas.

En definitiva, nos dirigimos a un público que desee comodidad.

