



Piensa diferente

2ª, Segmentación de mercado

Nuestro producto abarca clientes entre 5 y 11 años.

A pesar de que se trata un ámbito reducido, consideramos que es necesario diferenciar agrupaciones de clientes para personalizar nuestro producto a sus necesidades, ya que esta es una clave importante para que los clientes se sientan atraídos por nuestro



producto.

De esta manera nos centraremos en niños de entre 5 y 7 años, para los cuales las temáticas y elementos (que ya especificaremos) de nuestro producto estarán relacionados con diseños "naïf, elementos animales o vegetales pero relacionados con sus edades. Así agrupamos de nuevo a los niños de entre 8 y 9; considerando características que los diferencian del primer grupo (más autonomía, diferentes temas) y por último a aquellos

de entre 10 y 11 años. Considerando siempre que la copia de personajes de series de dibujos animados es ilegal, pero siempre podemos innovar a partir de los gustos de los niños.