

Cientes: segmentación de mercado

Creemos que Cepiflush va a ser la mejor opción porque nos permite ahorrar agua ya que no tenemos que dejar el grifo abierto hasta que nuestro pelo tenga la humedad que deseamos para nuestro peinado.

A mayores, te puede salvar de muchos apuros si no estás en un espacio con agua y la necesitas.

Por último, es más eficaz ya que tienes todo lo que deseas en un solo objeto.

Cepiflush está orientado principalmente a la población femenina, porque son las que más sufren el peinado. Entre la población masculina tenemos que hacer una división entre personas que sufren alopecia y personas que tienen cierta cantidad de pelo.

Aunque el producto lo pueden usar personas de todas las edades, los clientes físicos que lo comprarían serían personas situadas entre 20 y 80 años.

Según el Ayuntamiento de Valladolid y los datos publicados el 29 de mayo de 2017 (pirámide de población http://212.227.102.53/navegador_web_nuevo_aytovalladolid/fichas/1/47186.pdf), hay alrededor de 229.600 personas entre hombres y mujeres en la localidad. Estadísticas a nivel mundial de capilclinic dicen que “a partir de los 25 años uno de cada cuatro hombres comienza a sufrir de calvicie, con más de 50 años el 50% de los hombres son calvos, y en la vejez la cifra aumenta hasta un 98%.” (<https://www.capilclinic.es/la-calvicie-en-cifras/>). Aproximadamente hay 54.339 hombres mayores de 50 años y de éstos, aplicando el estudio, 27.170 hombres calvos.

Dado que no vamos a llegar al 100% de los clientes, nuestra estimación de acuerdo con los datos anteriormente citados, sería llegar alrededor de un 0,5% de la población, es decir, alrededor de 1.000 clientes.