

Estrategia de segmentación: Nuestros productos van dirigidos a todo tipo de consumidores aunque estos, son más difíciles de vender que los tradicionales debido a que no todo el mundo los consume. a nuestro favor hay que decir que muy poca gente compra este tipo de productos de forma esporádica por lo tanto tendremos que centrarnos más en los consumidores habituales facilitándoles con descuentos o ventajas respecto a los clientes esporádicos.