

2. Segmentación del mercado

Nuestro producto tendría un grupo objetivo que comprende a las personas que tienen la necesidad de saber donde están en todo momento, no tienen un gran sentido de la orientación o realizan trayectos a pie.

Nuestro público objetivo sería las personas que tienen una edad comprendida entre los 3 y 65 años, del estudio realizado esta franja sería la adecuada.

Mercado segmentado.

En nuestra empresa, tenemos en mente desarrollar varios modelos de zapatos dependiendo de las necesidades de las personas.

Al finalizar el estudio de mercado los resultados fueron que nuestras zapatillas ofrecerían beneficios a un gran grupo de personas, pues las funcionalidades que ofrecen son útiles y aptas para todo todos los públicos.

Además, se ofrecerían unas zapatillas diseñadas específicamente para niños que ofrecería a sus padres un servicio de rastreo, por el cual serían capaz de saber en todo momento donde se localizan, esto sería muy útil para los padres y les transmitirá confianza al saber donde están en todo momento.

También se realizaría un calzado específico para deportistas especializados, siendo estas de mas alta gama, realizado con materiales que tengan una mayor adaptación al pie de nuestro cliente y una mayor duración al contacto con el asfalto, pero este zapato tendría un mercado de menor tamaño pues estarían adaptadas a las necesidades del deporte específico.

