

·Estrategias de segmentación: segmentaremos aquí a nuestros principales clientes, para luego tener estos distintos segmentos en cuenta a la hora del plan de acción. Esto se hará en base a diversos criterios.

·Demográficos, psicográficos y de comportamiento: en nuestra empresa atenderemos a todos los segmentos por igual, pero en ocasiones esporádicas ya que no te borras un tatuaje todos los días.

·Estrategia de posicionamiento: pondremos en práctica una estrategia no diferenciada, es decir, serviremos igual a todo el mercado, no tendremos en cuenta los segmentos.