

Segmentación de Mercado:

La siguiente pieza de la que vamos a ocuparnos es la denominada segmentación de mercado. Nuestro público objetivo, es decir, aquellos clientes que pretendemos alcanzar con nuestro proyecto, son aquellas personas que valoran su tiempo, y deciden priorizar pasar un rato con su familia o amigos, por ejemplo, en vez de dedicarle tanto tiempo a las tareas domésticas. También está enfocado a todo aquel que deteste hacer estas tareas, puesto que, una vez adquirido el producto, no tendrá que recoger la ropa tendida, ni ponerlo en la secadora, ni plancharlo, ni colgarlo... Bastará con tenderlo en una percha y darle a un botón, con eso, las tareas mencionadas estarán realizadas.

También nos dirigimos a un público preocupado por el planeta. Cuidar el planeta es muy importante, y cada vez, más personas son conscientes de ello. Nuestra empresa se suma a este propósito, reutilizando el agua recogida de la ropa, para calentarla y generar un vapor con el que se plancharán las prendas.

Así pues, en todo momento nos dirigimos y enfocamos a satisfacer las necesidades de un mercado masivo, ya que son un grupo de clientes con necesidades y problemas similares. Este mercado está en parte delimitado, porque no van a comprar un **e-closet** aquellos que no puedan asumir su coste, o quien no amueble una nueva casa (niños, adolescentes...).

Nos planteemos la posibilidad, de que en un futuro este producto sea eficiente para aquellas empresas en las que los empleados llevan uniformes de trabajo, puesto que podrían sustituir sus máquinas de lavado, secado y planchado, por varios **e-closet**.

