



## SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

En principio, nuestra empresa pone en venta sudaderas para un público joven, que se preocupa por el medio ambiente, además de adentrarse en un estilo de vida que vaya de la mano con la sostenibilidad y lo ecológico.

Sin embargo, teniendo en cuenta nuestro objetivo, también queremos dirigirnos a los demás clientes con la venta de camisetas u otro tipo de ropa.

Por lo tanto, pensamos agrupar a nuestros clientes en diferentes grupos, porque cada segmento tiene cualidades distintas, ya sea por la edad o gustos. Un grupo sería de jóvenes en los que las sudaderas tendrían un estilo más a la moda, ya que las personas jóvenes valoran la exclusividad del diseño, los colores impactantes y otras características. Este mercado objetivo no solo alberga nuestros clientes potenciales sino que también nos da visibilidad. Otra de las razones por las que queremos ofrecer nuestro producto a un público joven, es porque dentro de unos años ellos serán los que tendrán que preocuparse e implicarse en ayudar al medio ambiente y, creemos que, comprando alguno de nuestros productos podría ser un buen paso para empezar.

Por otro lado, tenemos un grupo de personas mayores en el que tenemos una idea diferente para ofrecerles nuestro producto, teniendo en cuenta que suelen ser más prácticos a la hora de comprar ropa, se decantan por la opción más económica y de la mejor calidad que puedan encontrar. Por esa razón sabemos que debemos enseñarles el valor de nuestro producto de otra manera, por ejemplo, polos para hombres con tonos más claros y camisetas para señoras mayores con un estilo más clásico.

Sin olvidarnos de los menores del mercado, tendremos ropa para ellos, y así desde el principio puedan contribuir a un mundo más sostenible. Creemos que es importante concienciar inconscientemente a los más pequeños para que dentro de unos años sigan contando con nosotros e incluso que puedan apoyar la causa a medida que vayan creciendo con nuevas técnicas, además de que nosotros fidelizamos clientes.