

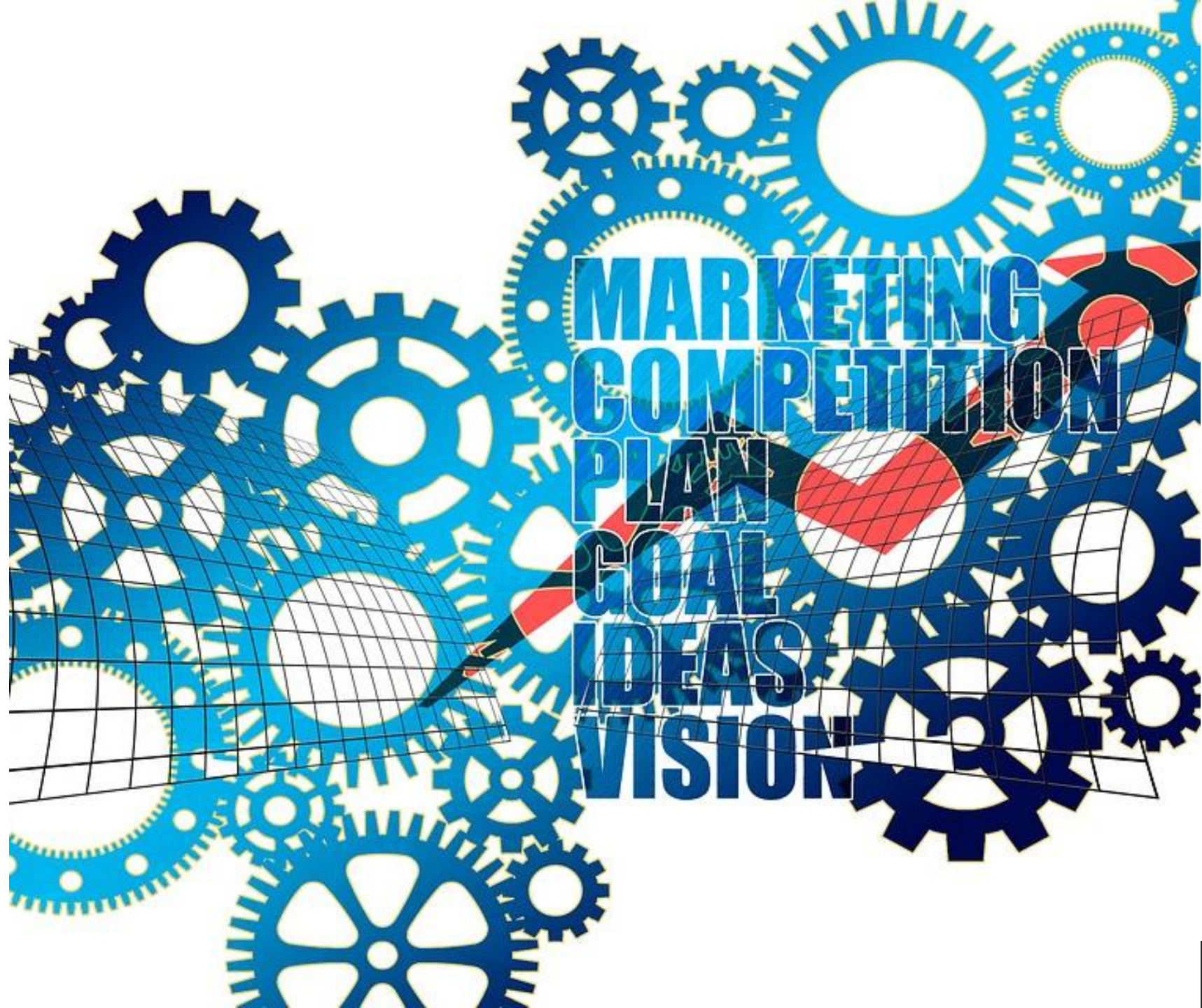


SEGMENTACIÓN DE MERCADO

SOFÍA JUAN, SANDRA
MARTÍN Y PAULA SÁEZ

¿QUÉ ES LA SEGMENTACIÓN DE MERCADO?

- La segmentación de mercado es un concepto relacionado con el marketing estratégico y con el público objetivo de una empresa.
- Está formado por un grupo de consumidores que van a compartir una serie de necesidades comunes.
- El objetivo es ofrecerles una propuesta adaptada a sus necesidades.



CARACTERÍSTICAS



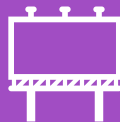
Medibles: En este caso nuestra empresa de ropa piensa en toda la comunidad, ya que no nos cerramos a un público determinado. Tendremos tallas para todo el mundo.



Accesibles: Nuestra empresa tiene los recursos necesarios como para no quedarse sold out.



Sustanciales: Nuestro segmento de mercado es lo suficientemente grande y nos sale rentable.



Accionables: Tenemos una estrategia de marketing q acata todos los segmentos.

RELOVEUTION

- Esta empresa va dirigida especialmente hacia los millenials ya que hoy en día son la agrupación de gente más concienciada de la actual situación medioambiental de la tierra y nuestra ropa está creada especialmente para sus gustos(según la moda actual).
- Esto no quiere decir que solo sea para los jóvenes pero está especialmente creada para ellos y que empiecen una revolución con su uso.



SEGMENTOS DE CLIENTES

POR EDADES...

- Nuestra empresa se va a focalizar en los millenials es decir en juvenil de los 15 a los 20 años.
- Pero, eso no quiere decir que no vayamos a crear ropa de las ramas infantil, joven y clásica; habrá las mismas prendas pero las prendas con un tope de ventas serán únicamente para los juveniles/ millenials.





POR EL PODER ADQUISITIVO...

- Los precios de cada prenda no serán muy elevados ya que nuestra intención es estar al alcance de todos los públicos, y que por una vez no importe cual es mi sitio en la sociedad.

POR EL LUGAR DÓNDE RESIDEN...

- Las tiendas físicas estarán en las capitales de las ciudades, pero también las podrán comprar online y su pedido le llegará a la puerta de casa.



POR EL ESTILO DE VIDA...

- Distinguimos los clientes por gustos, tendencias que siguen, tribus urbanas, por el uso que vayan hacer de nuestras prendas, etc.

