



SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

La segmentación de mercado es un método mediante el cual se definen los clientes potenciales de la empresa, puesto que estos serán hacia los que nuestros productos irán orientados.

El perfil de clientes al que nuestros productos van dirigidos es amplio, de hecho cualquier persona puede acceder a ellos debido a su económico precio. Sin embargo, desde la empresa hemos pensado especialmente en ciertos sectores, sobre todo la gente que practica deporte, debido a que son muy discretos, cómodos y no interfieren en la actividad deportiva, permitiendo así la mejor experiencia posible. Son justamente estas propiedades las que hacen que los auriculares sean aptos también para otros tipos de ámbitos y actividades tanto de ocio como laborales.

Dicho esto, la gente a la que nuestros productos irán dirigidos será gente joven y de mediana edad, ya que, aparte de ser los principales consumidores de auriculares, son quienes practican deporte regularmente y quienes trabajan.

