

2. SEGMENTO DE MERCADO ¿ A QUIÉN ?

El valor está creado para las personas que le gusta la moda y que tengan poco poder adquisitivo.

Todos nuestros clientes serán importantes, resaltando sobre todo a las personas adolescentes, debido al gusto que tienen hacia la moda, nuestros primeros clientes serán nuestros familiares.

CRITERIOS A LA HORA DE SEGMENTAR

Para personas que no puedan permitirse, ropa cara de alta gama. 40%
Para personas aficionadas a la ropa de alta gama. 40%
Para coleccionistas 20%

La distribución que vamos a seguir teniendo en cuenta el gráfico será:

Personas que no se lo pueden permitir, en la época de rebajas y descuentos para facilitar la compra. Aficionados para la ropa serán todos los productos a cualquier precio.

Coleccionistas de productos exclusivos o difíciles de encontrar en cualquier tienda.

La distribución de los productos irán a función de cada sexo (masculino o femenino o unisex) y también en función de ir arreglado o más de deporte al igual que las zapatillas.