

# Segmentación del mercado

Nuestra marca de calzado está dirigida preferentemente a los jóvenes, de 15 a 23 / 25 años. Pero admitimos más edades.

Poder adquisitivo *medio*, ya que no serán ni caros ni baratos nuestros productos, por ello serán precios justos y equilibrados.

Nivel social *Media* o *Media baja*, para empezar, seguramente más adelante y con el tiempo creamos otras secciones para los niveles sociales bajos y otra para altos.

Nuestros modelos de zapatillas están pensados para atraer únicamente a los jóvenes con modelos atractivos y llamativos que creen el deseo de compra

## **Técnicas de mercado**

Premiaremos a nuestros clientes elaborando una libreta personalizada con 10 huecos y en esos 10 huecos en cada compra se marcará un sello de la tienda, cuando los huecos estén llenos con todas las marcas les premiaremos un descuento al 50% y una pulsera de regalo por parte de nuestra empresa .

Únicamente la marca de los sellos está pensada para que nuestros clientes se animen a colaborar y a disfrutar de nuestros servicios y productos, de esta manera tenemos intenciones que nuestros clientes se enganchen a este "juego".