



REFLECTING FUTURE

El futuro en un vistazo

-
Marta de la Hera
Carolina González
Guillermo Muñoz
-

SEGMENTACIÓN

Nuestro público objetivo principal son **todas aquellas tiendas del sector textil que buscan renovar sus puntos de venta y facilitar la compra a sus clientes**. Se caracterizan por ser tiendas atrevidas, conocedoras de las últimas tendencias e interesadas por las nuevas tecnologías.

A largo plazo este producto también será adaptado para incorporarlo en las viviendas de aquellos que busquen la eficiencia en sus actividades diarias.

Para segmentar nuestro mercado objetivo utilizaremos los siguientes criterios:

- **Segmentación en función de la ubicación geográfica:**

Nuestro producto será vendido en el mercado nacional a corto plazo, aunque con el crecimiento de la empresa iremos abriendo las fronteras hasta expandirnos en el mercado internacional.

En este mapa podemos ver la localización de las tiendas objetivo por provincias en el mercado nacional:



SEGMENTACIÓN

- **Segmentación en función de los intereses y comportamientos de los clientes:**

La demanda estaría dirigida a todas aquellas empresas del sector textil que quieran innovar e invertir en la tecnología para ayudar a todos sus clientes a la hora de decidir que productos desean de una manera rápida y sin apenas esfuerzo. Su clientela se caracteriza por ser gente joven dispuesta a comprar basándose en una imagen proyectada alejándose de la compra tradicional y que busque nuevas experiencias a la hora de adquirir productos de una manera rápida y sencilla, por lo que nuestro producto se adapta perfectamente a sus intereses.

Los clientes potenciales de estas tiendas están entre el rango de edad de entre 15 y 29 años. En España hay un total de 7.297.157 jóvenes, lo que supone el 15,4% del total de la población del país.

