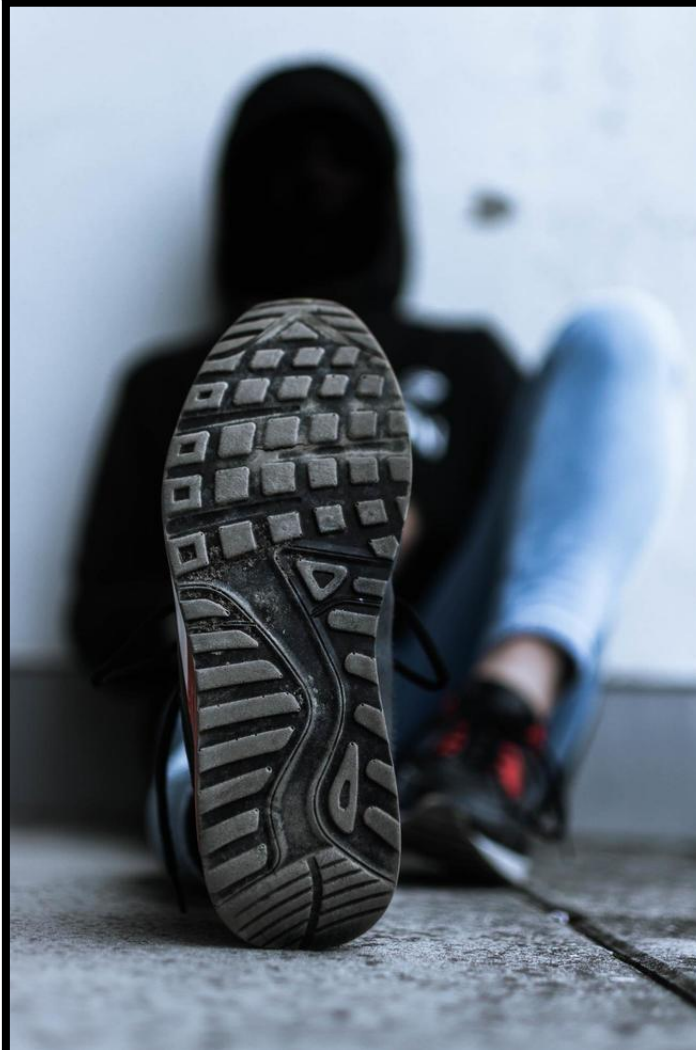


RUN ROADS



Daniel Ayuso Morrondo

Blanca García Abril

María Manzano Herrero



- **SEGMENTACIÓN DE MERCADO:**

La segmentación del mercado divide un mercado en segmentos más pequeños de compradores que tienen diferentes necesidades, características y comportamientos,

Nos centramos en personas que practican distintos deportes, en concreto deportes para las que nuestras suelas están especializadas.

Buscamos que nuestros clientes sean dinámicos y proactivos a nuevas experiencias.

- **DIVISIÓN DEMOGRAFICA**

→ NIÑOS:

Por un lado, tenemos el público más joven, con edades comprendidas entre los 4 y los 12 años.

Este grupo lo consideramos de alto potencial para nuestra empresa ya que son muchos los padres apuntan a sus hijos a diferentes actividades extraescolares sin contar la gran cantidad de actividad física que hacen por su cuenta en los parques donde también practican diferentes deportes.

→ ADOLESCENTES:

En este rango de edad tenemos los comprendidos entre 13-18 años.

Otro nicho de mercado importante para nosotros ya que un 22% de los adolescentes practican deporte en España. Además, las zapatillas deportivas son actualmente las más utilizadas a estas edades tanto para hacer deporte como para vestir.

→ RESTO DE LA POBLACIÓN:

Aquí tenemos a las personas de entre 19-65 años que practiquen más de un deporte. De estos vendrá nuestra mayor fuente de ingresos.