

3.SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

La segmentación de mercado, también conocida como segmentación de clientes o segmentación de audiencias, es un método por el cual se pueden dividir a los clientes potenciales en distintos grupos, los cuales, permiten que las empresas puedan enviar mensajes personalizados a las audiencias correctas. La segmentación como término general puede dividirse en otras grandes categorías como segmentación por ubicación, u otras categorías más precisas como segmentación por edad.

En nuestro caso el tipo de personas al que nos queremos dirigir es a personas las cuales están a favor de este tema.

- La Segmentación geográfica: Empezaremos montando la empresa en Salamanca cuyo tamaño es de 39,34 km cuadrados y densidad de población de 27,2 habitantes por kilómetro cuadrado cuyo clima es mediterraneo y a vista de que vaya bien se irá aumentando.
- La segmentación demográfica: Está apta para todas las edades desde recién nacidos hasta personas mayores, el género de nuestra ropa es neutro, los ingresos se verán apto para todo el mundo.
- La segmentación psicográfica: Nos dirigimos a la población con motivaciones medioambientales como el reciclaje y el animalismo.
- La segmentación de clientes se realizará por edades (desde 0 hasta los 16 años y para adultos seguiremos el siguiente tallaje (desde la XXXS hasta la XXXL)



ECOANPA