






SEGMENTACION DE MERCADO

En este segundo apartado vamos a analizar el mercado objetivo al que está enfocado nuestro modelo de negocio, es decir, a cada uno de los diferentes segmentos de clientes a los que atenderemos.

En definitiva, agrupar a nuestros clientes con características homogéneas en segmentos definidos y describir sus necesidades. Para ello vamos a utilizar, las redes sociales (Instagram y Twitter) o analizar diferentes comportamientos de compra mediante encuestas, ya que segmentar es clave para diferenciarse de la competencia.

Actualmente, lo que los jóvenes quieren es encontrar su propio estilo de acuerdo de su personalidad.

Nuestros clientes son la base de nuestro negocio, por lo tanto, hay que tenerlos en cuenta en todo momento. Los principales segmentos a los que vamos a poder atender con la creación de nuestra tienda ON-LINE son:

-  Nos centramos en personas jóvenes de entre 15 y 30 años, con una rentabilidad media baja, media y media alta.
-  Empresas que venden ropa de moda a través de internet y que no se encuentran en nuestro ámbito geográfico.
-  También venderemos ropa a través de internet de ropa fabricada en nuestra zona geográfica.

✚ El consumidor final será aquellos usuarios que compren la ropa de las marcas que ofrecemos en nuestra web.

Concluyendo, nuestros clientes serán los consumidores finales que compren la ropa que vendamos en nuestra web, y también tendremos que prestar mucha atención a las empresas que compremos la ropa para venderlas a través de nuestra página.