



SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Estudiar el mercado donde nos queremos introducir es fundamental para ver las posibilidades iniciales de éxito de nuestra idea, comprobar que es una oportunidad real y que tiene posibilidades de conseguir clientes.

Lo primero es segmentar la clientela, es decir, analizar qué tipo de personas, entidades o empresas pueden estar interesadas en nuestros productos.

Nuestro cliente objetivo en este caso son los militares, tanto los que se encuentran en la Academia Básica del Aire, los que se localizan en el Ferral del Bernesga y todos los militares que se localicen en las proximidades de La Virgen del Camino. A todos ellos le podemos ofrecer una amplia gama de productos desde accesorios hasta vestimenta, uniformidad y calzado.

Otro tipo de clientes al que también podríamos cubrirle sus necesidades son los cazadores y a las personas que practican deporte de montaña, ya que por esta parte de España hay mucha afición a la caza y también utilizan los accesorios militares para este deporte.

Los policías y guardias civiles también son clientes potenciales para nuestro establecimiento ya que, comparten accesorios y calzado militar.

Y, por último, una clientela a la que podríamos satisfacer sus necesidades sería a las personas fanáticas de los accesorios militares y a los que practican Airsoft que es un juego de equipo único en el que se utilizan réplicas de armas de fuego.

