

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Hilo-Gago sabe identificar los segmentos de mercado a los cuales se va a dirigir.

Hilo-Gago crea valor para un tipo de mercado masivo, que son grupos de consumidores masivos con necesidades muy similares.

Hilo-Gago tiene en cuenta los distintos segmentos de clientes que existen, con las mismas o distintas necesidades que puedan llegar a tener ofreciendo solución a los problemas y necesidades que requieran.

Segmentación familiar por precio

Existen varios precios de juegos de edredones ya que se fabrican de distintas materias primas, también influyen las medidas de las camas, por lo tanto el cliente elegirá lo que más le satisfaga, tanto en prestación como en economía.

Todas las familias tienen un problema en común, con la subida de las eléctricas y el gas, no se pueden dar el lujo de conectar la calefacción, en la época de invierno, van a necesitar ropa de abrigo para dormir, y la segmentación vendría a la hora de los precios, pues no todas las familias cuentan con el mismo colchón financiero, pero tienen las mismas necesidades, dormir calientes.

Segmentación por zona geográfica

En las zonas que están situadas más al Norte, solo por el hecho del clima, van a necesitar distinto producto que en zonas más cálidas. La segmentación que se realiza es que en las zonas Norte se tiene en cuenta los edredones de plumón o pluma que calientan más, y para el resto de zonas se utilizan edredones de algodón o de material sintético como el poliéster que calientan menos.

Segmentación demográfica por edad

- Colectivo de personas jóvenes que se independizan, los diseños que hay son más atrevidos, y la materia prima es poliéster o algodón que da menos calor, tienen más temperatura corporal, que en este caso los mayores.
- Colectivo de personas mayores los diseños para este segmento son más clásicos y el material es plumón que abriga más, pero livianos, o algodón que calienta menos y sale más barato el colectivo de mayores por el hecho de ir cumpliendo edad, pierden temperatura corporal y casi siempre tienen frío.
- Colectivo de niños pequeños los diseños serán más infantiles, coloridos, y muy divertidos, donde se sientan agusto con sus muñecos preferidos.

Hay ONGs como Cruz Roja, Médicos sin frontera, Intermón, Manos Unidas etc. que reparten ropa de abrigo para los campos de refugiados, ahora en tiempos de guerra, el dormir calientes es imprescindible, podemos llegar a buenos acuerdos, ofreciendo descuentos, siendo lo más solidarios posible.

En los albergues, en época de frío, también necesitan reponer edredones, Hilo-Gago debe saber ofrecer a estas instituciones las ofertas que existen, comentar y hacerles ver, que sale más barato, útil y factible comprar un juego de tres piezas, que comprar sábanas, mantas y colchas por separado, hay que ofertar juegos completos de tres piezas, a precios muy competitivos, a más producto pidan, más barato les saldrá, poner precios especiales, a mucho volumen de compra.

Los clientes objetivos más importantes que Hilo-Gago busca son el grupo de compradores potenciales que la empresa va a intentar convertir en clientes y así alcanzar un mercado meta, por eso se ha segmentado en grupos según sus necesidades.