



SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Nuestro modelo de negocio se centra en un mercado masivo, concretamente en las familias que tienen niños de entre 3 y 10 años. Además de pertenecer a un mercado de nichos para aquellas personas que sufren de disimetría y que les resulta difícil encontrar calzado adaptado a sus circunstancias por lo que así encontrarán en nuestra empresa una respuesta para sus necesidades.

Los usuarios a los que nos dirigimos son aquellos niños que van a llevar las zapatillas, a pesar de que ellos no sean los compradores. Quiénes eligen el calzado que estos van a llevar en el ámbito escolar, de juegos, de vestir etc, y que realizan la compra, son los padres.

(El objetivo de estos es ahorrar dinero, ya que los niños a estas edades están ante un grave problema y es que las zapatillas les duran muy pocos años y a veces ni siquiera llegan al año porque están en la etapa de crecimiento, por lo tanto la talla de las zapatillas cada vez aumenta más). Además de los niños, nuestro producto va dirigido a personas con disimetría, las cuales tienen una enfermedad que les provoca una alteración en el tamaño de los pies, haciéndolos desiguales. Nuestro producto es tanto para niños/hombres como para niñas/mujeres o cualquier género.

La frecuencia de compra en este caso sería ocasional o muy baja, ya que está pensada para durar más años de lo que duraría una zapatilla normal.