

2. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

En primer lugar, podemos dividir el mercado en dos áreas principales, las necesidades de los consumidores individuales jóvenes y las instituciones corporativas.

Consumidores individuales jóvenes. Tufting simplifica a mano el complicado estilo de vida industrializado. Este concepto es más popular entre los jóvenes, especialmente las jóvenes consumidoras.

Los jóvenes pueden elegir libremente la modalidad de compra. en línea o fuera de línea. Consumo a través de la web oficial o tiendas físicas. Compre productos terminados diseñados y fabricados por diseñadores. Al mismo tiempo, también puede ir a la tienda física para hacerlo usted mismo, y la tienda física le proporcionará todas las materias primas.

Si tienes más tiempo y una mejor idea, te recomendamos hacer la tuya propia. Debido a la naturaleza única de TUFTING, será más popular entre las consumidoras jóvenes. TUFTING puede convertir sus pensamientos en realidad y tiene un valor de uso práctico. Es la realización dual del espíritu y la materia.

Identificar los grupos de consumidores

1. Los jóvenes:

Ahora, cada vez más jóvenes les gusta realizar su imaginación por sí mismos. Este fenómeno se ha convertido en tendencia.

Esta es una tendencia acorde con la estética de los jóvenes, la mayoría de este grupo tiene su propio tiempo libre y cierto poder adquisitivo. TUFTING se convertirá gradualmente en un pasatiempo para ellos, tal vez su poder adquisitivo sea limitado y la posibilidad de recompra sea baja, pero son enormes en número y se propagan rápidamente. Podemos usar esta ventaja para vincular a un cierto número de jóvenes.

2. Los consumidores femeninos:

Las consumidoras tienen un fuerte poder adquisitivo y deseo. Las mujeres dedican más tiempo a enriquecer su tiempo libre. Además, elegiremos una zona relativamente céntrica para la experiencia física. Porque allí se reunirán más jóvenes.