

2. Segmentación del Mercado

El mercado en el que vamos a competir es el mercado de nichos, debido a que nuestro producto está dirigido a un público muy específico, ya que no todo el mundo está dispuesto a pagar por un teclado personalizado. Debido a esta personalización, la propuesta de valor, canales de distribución y relaciones están diseñadas concretamente para cada cliente. El tipo de cliente con el que trabajamos, tiene cierta solvencia económica y está bastante informado sobre el producto. Además busca una mejor calidad a la habitual y una atención exquisita.