

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Dentro del enfoque del mercado al que nos dirigimos tenemos dos tipos de clientes, los que nos confían sus productos para que se los vendamos y las personas que los compran a través de internet o en la tienda.

El primero, la persona que nos deja sus artículos, debería ser:

- Edad Media alta
- poco familiarizado con la tecnología (o lo harían ellos)
- clase social media-Alta, ya que los productos serán de más valor y, por tanto, más margen.

Para el segundo público, los compradores de los artículos, segmentamos el mercado en función del poder adquisitivo de los clientes. Ofrecemos diversos productos a diversos precios, al fin y al cabo nuestro objetivo es satisfacer de la mejor manera las necesidades de nuestros clientes. Por tanto, podríamos decir que nuestra segmentación de mercado sería en función del producto a vender:

Demográfica:

- Edad: Creamos secciones específicas para diversos grupos de edad, ya que las preferencias de productos pueden variar.
- Género: Algunos productos de segunda mano pueden tener más demanda entre un género que otro.
- Ubicación: Consideramos las preferencias y necesidades específicas de nuestros clientes en diferentes ubicaciones geográficas. Un artículo lo podemos vender en Francia a un precio diferente, por ejemplo.
- Personalización: Ofrecemos a los usuarios la posibilidad de personalizar sus perfiles según sus intereses para así que puedan recibir recomendaciones más relevantes.

Nivel Socioeconómico:

- Segmentamos según los ingresos para ofrecer productos que se ajusten a diferentes presupuestos.
- Puedes tener secciones premium y secciones más accesibles para abordar diversas necesidades.

Tipo de Producto:

- Nuestra página se divide en secciones específicas para categorías de distintos productos, como ropa, electrónicos, muebles, etc.

Comportamiento de Compra:

- Identificamos patrones de comportamiento, como usuarios que compran con frecuencia, aquellos que solo buscan ofertas, etc. evitar a los regateadores, mareadores habituales a los portales de segunda mano.
- Ofrecemos descuentos por packs o compras de varios artículos que ahorren costes de envío al comprador.

Plataforma de Acceso:

- Considera cómo acceden los usuarios a tu plataforma (móvil, ordenador...) y adapta la experiencia en consecuencia.
- Tiene funciones específicas para facilitar la navegación en dispositivos móviles, ordenadores portátiles o de escritorio.

Ecología y Sostenibilidad:

- Atrae a usuarios conscientes del medio ambiente al destacar productos de segunda mano como una opción sostenible.

Estacionalidad:

- Adapta la oferta según la estacionalidad. Por ejemplo, destacando ropa de invierno en los meses fríos, material escolar en el comienzo del curso etc.

Idioma:

- La plataforma opera en múltiples regiones, por lo que considera las diferencias culturales y de idioma para personalizar la experiencia.

