

Segmentos del mercado

Los segmentos del mercado se basan en los clientes, ya que son el centro del modelo, y por lo tanto sin ellos no hay negocio. Además, las técnicas de segmentación de mercado son la herramienta que nos aportará los datos necesarios para conocer cuáles son nuestros clientes potenciales.

Para encontrar los clientes interesados en nuestros productos, los agruparemos en distintos segmentos o grupos, de manera en que en cada grupo habrá clientes con necesidades similares, diferenciando los intereses de cada uno, por lo que acabaremos eligiendo los que más nos interesen, y más beneficios ocasionen para la empresa.

Diferenciaremos, por una parte, a los clientes con pelo apelmazado, por otra a los clientes con cabello graso, y por otra parte a los clientes cuyo pelo no se vea sano.

La segmentación de mercados tiene múltiples aplicaciones dentro del marketing. La más evidente es definir adecuadamente las características de un nuevo producto para que se adecue a las necesidades de los clientes.

El proceso de segmentación es un trabajo exigente, pero, de hacerlo de forma correcta, permitirá reducir el número de competidores, así como dedicar una atención personalizada a aquellos clientes que se encontrarán en los nuevos mercados.

Por lo tanto, nos centraremos en los clientes con pelo rizado en general, y algo más específico, serían los clientes con pelo apelmazado, sin hidratación, graso, etc. Ya que serán los clientes de los cuales, podremos cumplir mayores necesidades, además de conseguir que su cabello se vea más sano y fuerte; vendiéndoles nuestros productos para la mejora de su pelo.