

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Para llevar a cabo nuestro negocio, Jolie Jewells, hemos hecho un estudio de mercado para definir a los clientes a los que va dirigido el proyecto. Teniendo en cuenta una serie de criterios de segmentación que divide al *target* en grupos homogéneos, de tal manera que a cada segmento le ofrecemos un producto o servicio concretos y diferenciados.

Entre los criterios de segmentación que hemos definido se encuentra el sexo, edad, nivel de ingresos, moda, compromiso social y la preocupación por el medioambiente, la economía circular y la sostenibilidad.

- 1) **Primer segmento:** En primer lugar, hemos detectado que las joyas y complementos están en plena tendencia. Por lo tanto, encuadramos a nuestro público potencial en mujeres entre 20 y 50 años con unos ingresos medio-altos. Especialmente aquellas que asisten a eventos o fiestas relacionados con la moda frecuentemente, además, de las que son partidarias del uso de bisutería en su día a día.
- 2) **Segundo segmento:** Por otro lado, Jolie Jewells ofrece la creación personalizada de todo tipo de piezas de bisutería. Incluyendo a otra gran parte de sus clientes en el segmento de población creativa con conocimientos tecnológicos suficientes como para manejar el programa de diseño de joyas. Las joyas serían tanto para uso propio como para regalo, por lo que incluimos a ambos géneros y a una población de ingresos medios.
- 3) **Tercer segmento:** Son personas con un fuerte compromiso por temas medioambientales y valoran la economía circular y la sostenibilidad en los procesos productivos. Todo tipo de personas que les gusta cambiar de joyas y complementos con mucha frecuencia, sin gastar mucho dinero y evitando el despilfarro de recursos. Por ello, ceden sus joyas antiguas (con lo cual le damos una segunda vida a ese producto) y a cambio de un descuento compran una joya nueva o de segunda mano. Son personas de cualquier edad, con cualquier nivel de ingresos y que la característica fundamental que les definen es que quieren cambiar con mucha frecuencia, además de un fuerte compromiso social.
- 4) **Cuarto segmento:** Son todo tipo de personas que les mueve más realizar una acción solidaria y comprometerse con la sociedad. Pueden comprar las joyas para ellas mismas o para hacer un regalo y acuden con frecuencia a mercadillos benéficos y eventos solidarios. Son personas de todo tipo de edad, de ingresos medios que se sienten bien colaborando en acciones sociales.

