

Segmentación de Mercado:

Estamos desarrollando un espejo inteligente con pantalla Bluetooth, dirigido principalmente a mujeres jóvenes y adultas (18-45 años) interesadas en la tecnología y en el cuidado personal, así como a hogares que buscan productos innovadores para mejorar su espacio y calidad de vida.

Segmentación de Mercado:

1. Mujeres jóvenes y adultas (18-45 años):
Este grupo valora la tecnología en su rutina de belleza y cuidado personal. Buscan productos innovadores que les ahorren tiempo y les brinden personalización, como las recomendaciones de belleza. Son de clase socioeconómica media y alta, dispuestas a invertir en tecnología avanzada.
2. Hogares:
Familias que desean productos tecnológicos para optimizar su baño o espacio personal, interesados en la funcionalidad y el diseño. Buscan una herramienta que combine estética y tecnología para mejorar su calidad de vida.

Tipos de Mercado:

1. Mercado masivo:
Atrae a un público amplio debido a su funcionalidad y diseño innovador. El producto es útil para muchas personas interesadas en simplificar su rutina diaria.
2. Mercado de nicho:
Enfocado en mujeres interesadas en maquillaje y belleza, o en hogares que buscan productos exclusivos y personalizados.
3. Mercado segmentado:
Se puede dividir según edad, ingresos y necesidades específicas. Por ejemplo, las mujeres jóvenes pueden buscar más conectividad, mientras que las adultas priorizan la eficiencia.
4. Mercado diversificado:
Ofrecer versiones económicas y de lujo del espejo, para adaptarse a diferentes presupuestos y necesidades.

Conclusión:

El espejo está diseñado para mujeres jóvenes y adultas, así como para hogares interesados en la tecnología. La segmentación de mercado es clave para llegar de forma eficaz a estos grupos, ofreciendo productos que cubran sus necesidades y preferencias específicas, y adaptándose a diferentes presupuestos y estilos de vida.