

Segmentación de Mercado para el Espejo con Pantalla Bluetooth

1. Definición del Cliente Objetivo La segmentación de mercado es el proceso de identificar y agrupar a los posibles clientes de un negocio en función de características comunes. En nuestro caso, el cliente objetivo principal son:

- **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 recomendaciones de belleza. Son de clase socioeconómica media y alta, dispuestas a invertir en tecnología avanzada.
- **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.

2. Identificación de Segmentos de Clientes

Hemos identificado varios segmentos de clientes que pueden beneficiarse de nuestro espejo inteligente:

1. **Segmento 1:** Mujeres jóvenes interesadas en belleza y tecnología
 - Características: Buscan conectividad y personalización en sus rutinas de belleza.
 - Necesidades: Productos que les ayuden a simplificar su rutina diaria.
2. **Segmento 2:** Mujeres adultas que priorizan la eficiencia
 - Características: Valoran la funcionalidad y la calidad del producto.
 - Necesidades: Herramientas que les ayuden a optimizar su tiempo.
3. **Segmento 3:** Hogares que buscan innovación
 - Características: Familias que desean mejorar su espacio personal con tecnología.
 - Necesidades: Productos que combinan diseño y funcionalidad.

3. Justificación de la Elección de los Clientes :

La elección de estos segmentos se basa en una investigación de mercado que indica un creciente interés en productos tecnológicos que mejoren la calidad de vida y la rutina de cuidado personal. Estos grupos son relevantes porque representan una combinación de demanda por innovación y funcionalidad, lo que se alinea con la propuesta de valor de nuestro espejo inteligente.

4. Validación de la Segmentación

Para validar nuestra segmentación, planeamos realizar encuestas y entrevistas con grupos de mujeres jóvenes y adultas, así como con familias interesadas en tecnología. Esto nos permitirá confirmar si nuestras suposiciones sobre sus necesidades y preferencias son correctas.

5. Criterios de Segmentación

Los criterios utilizados para segmentar el mercado incluyen:

- **Demográficos:** Edad, género y nivel socioeconómico.
- **Psicográficos:** Intereses en tecnología, belleza y cuidado personal.
- **Comportamentales:** Hábitos de consumo relacionados con productos tecnológicos y de belleza.

6. Coherencia con la Propuesta de Valor

- El espejo inteligente está diseñado para satisfacer las necesidades específicas de cada segmento identificado. Por ejemplo, las mujeres jóvenes pueden beneficiarse de las funciones de conectividad, mientras que las mujeres adultas pueden valorar más la eficiencia y la calidad del producto.

7. Diferencias entre Segmentos

Las diferencias entre los segmentos son claras:

- Las mujeres jóvenes buscan más conectividad y personalización.
- Las mujeres adultas priorizan la eficiencia y la calidad.
- Los hogares buscan una combinación de estética y funcionalidad