

Segmentación de mercado

Paula Vela y Jherleny Maldonado

Nuestro público sería un mercado segmentado, ya que comparten el propósito de no contribuir a la moda rápida, pero de distinta manera, uno comprando ropa de segunda mano más asequible para darle una segunda vida a la ropa y otro comprando ropa duradera hecha con materiales ecológicos.

Nuestros clientes ideales son desde adolescentes hasta gente de mediana edad, debido a la gran variedad de ropa que hay ropa de segunda mano más asequible para la gente joven o ropa de más calidad y más duradera que son cualidades que buscan los adultos, siendo compradores y consumidores la misma persona.

Nuestros clientes son personas que se preocupan del medioambiente, y por eso apuestan por nuestra marca y nuestra iniciativa para mejorar granito a granito el sector textil y así concienciar a los demás sobre la importancia de la relación entre el consumismo y la contaminación.

También son creativos, individualistas, se preocupan por el comercio de la zona, por lo que les gustaría nuestras opciones para personalizar las prendas que compren y diferenciarse así de los demás; su forma de presentarse al mundo es muy importante y se dedican tiempo a cultivarla, se enfocan en su imagen personal y estilo.

Se rodea de gente que comparte las mismas pasiones y gustos. Se mueve por entornos locales, con naturaleza, sitios públicos como bares locales y se preocupa por la cultura.