

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

En nuestro caso, nos dirigiremos a ocho grupos de clientes potenciales y los dividiremos bajo estos criterios: el sexo, la edad, la renta, el nivel social y la frecuencia de compra. Utilizaremos también como criterio alguna discapacidad que puedan padecer las personas, a pesar de que no esté en los criterios establecidos.

El primer segmento engloba a personas impulsivas a la hora de comprar un producto. Suele ocurrir que estas personas adquieren algún bien porque les parece innovador, porque no lo poseen, por capricho o incluso por envidia, a pesar de que no les satisfaga ninguna necesidad.



En el segundo colectivo encontramos a personas con una gran cantidad de prendas de ropa. Los individuos con esta característica se vuelven muy indecisos a la hora de elegir la vestimenta diaria, y con un armario así ahorrarían algo de tiempo que podrían utilizar para hacer cualquier otra actividad.



En tercer lugar, nos dirigiremos a los jóvenes, puesto que la mayoría buscan cuidar su imagen, y la vestimenta potencia mucho el buen ver de cada uno. Además, siempre suelen ir acordes a la última generación, y una gran cantidad de ellos querrá tener un armario como este en su casa.



El cuarto grupo incluye a todos esos amantes de la tecnología y de las ayudas que ofrece. En cuanto se enteren de que ha salido al mercado un armario como este, no dudarán en añadirlo a su lista de deseos.



El quinto segmento corresponde a los sujetos que se toman muy a pecho las apariencias o la percepción que los demás tienen de ellos. El armario puede facilitar datos sobre la vestimenta adecuada en base al evento al que vayas a acudir.



Tras preguntar a personas de nuestro entorno, hemos decidido añadir a las mujeres. Debido a que la oferta de ropa para mujer es mayor, suelen tener una mayor cantidad de prendas que los hombres. Para ello invierten bastante tiempo en combinar las prendas que tienen en sus armarios.



En el sexto colectivo encontramos a personas con movilidad reducida. En base a la edad, nos dirigiremos a ancianos que en ocasiones deben hacer esfuerzos de más para alcanzar sus prendas. En segundo lugar, incluiremos a personas con alguna discapacidad que no les permita moverse libremente. Y, finalmente, personas que padezcan alguna enfermedad que les impida moverse.



Respecto al séptimo segmento, hemos incluido a las personas que padezcan de alguna dificultad a la hora de ver. Estas personas suelen tener dependencia para elegir la vestimenta y de este modo podrían ahorrarse esa ayuda y hacerlos por sí mismos.



Y, finalmente, relacionado también con la vista, hemos incluido a personas daltónicas, el asistente le proporcionará información sobre los colores reales de las prendas que vayan a utilizar.

