

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

¿Qué me pongo? es una aplicación revolucionaria en el sector de la moda por lo tanto no nos ponemos barreras en cuanto al público específico al que nos dirigiremos. Cuando comenzamos con esta idea, una de las claves era tratar de buscar un concepto que diera con la clave, en el sentido de que pudiera ser utilizada por un gran abanico de personas del mercado. El concepto armario y venta de ropa de segunda mano nos abrió los ojos ya que era una opción que realmente cumplía con esos dos estamentos que teníamos marcados.

Cierto es que, aun ofreciendo un servicio apto para el uso de personas desde edades adolescentes hasta usuarios mayores somos conscientes que es muy complicado abarcar todos los rangos de edad, por lo tanto, hemos diferenciado dos rangos distintos de edades a los que les puede interesar nuestra aplicación:

20 - 30 años: Este primer rango que hemos establecido prevemos que les atraerá sobre todo la parte de almacenamiento de ropa, para así poder mantener un orden, aunque solamente sea digital, de sus prendas de vestir. A su vez, la segunda funcionalidad principal de nuestra aplicación de la venta de prendas, también les puede interesar ya que pueden encontrar prendas en un buen estado y con un precio moderado.

30 - 60 años: Por último, en este segundo rango de edad, encontramos ya a personas que quizás no se desenvuelven con una gran fluidez entre los dispositivos móviles, pero que el hecho de poder navegar por sus prendas y de tanto comprar como vender las propias, les llamará la atención nuestro servicio.

En conclusión, evidentemente como empresa buscamos el mayor número de clientes cosa que es realmente complicado con la gran cantidad de competidores que hay en el mercado. Por lo tanto, ahora aparece una incógnita: “¿Cómo vamos a hacer para poder unir dos sectores tan diferenciados de edad?”, muy sencillo, desarrollando una aplicación con una interfaz que se amolde a todo tipo de usuarios y que como he dicho al principio, ofrecer un servicio realmente bueno y útil para las personas.