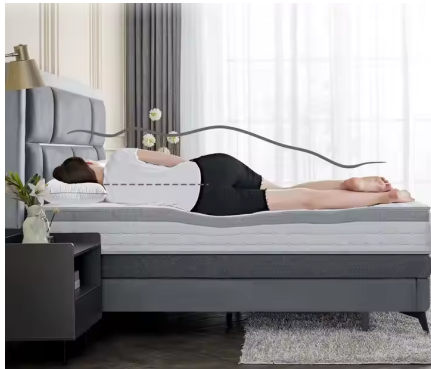


SEGMENTACIÓN DEL MERCADO DE MATTERS LIFE:

En la empresa matters life los colchones que ofrece la empresa van dirigidos para clientes que tienen problemas de espalda, pasan frío por las noches, necesita unas calidades de colchones más buenas que un colchón normal; dependiendo de sus necesidades, preferencias y presupuestos a la hora de elegir el colchón

Las características de los **clientes** que compran colchones son muy diversas y dependen de varios factores como la edad, el nivel socioeconómico, las preferencias personales y la motivación detrás de la compra. Sin embargo, la comodidad, el soporte y la durabilidad son puntos comunes entre todos los



segmentos de compradores, las necesidades específicas relacionadas con la salud y el bienestar. A continuación, se detallan algunos de los perfiles más comunes de los compradores de colchones.

En cuanto a **edad**, los **jóvenes** adultos (20-35 años) suelen buscar colchones que ofrezcan una buena relación calidad-precio y comodidad. Para los **adultos** de **mediana** edad (36-55 años), la prioridad es encontrar colchones que proporcionen un buen soporte y alivian problemas de espalda o cuello. Por otro lado, las personas **mayores** (55 años y más) prefieren colchones ortopédicos o aquellos diseñados para aliviar la presión y mejorar la calidad del descanso.

La empresa tiene un mercado segmentado ya que vende colchones a un público genérico como especialmente a especialistas sanitarios pero también a hoteles o personas que se lo puedan permitir para su casa.