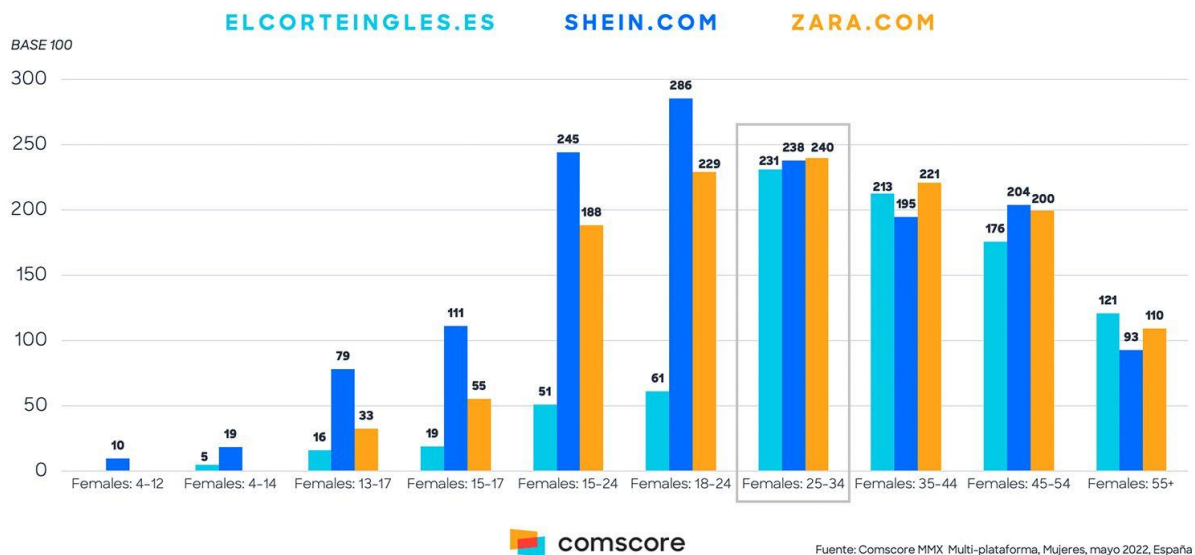


Mujeres y edad



Como podemos ver en esta gráfica la mayor franja de edad en la que las mujeres compran son de 18-34 entonces al analizarlo, creemos que es la mejor edad para poder venderlo mejor.

Evidentemente no queremos decir que gente de más o menos edad no puedan acceder a nuestra tienda, esta es una probabilidad aproximada de las edades que mejor se ajustan a nuestros productos. Cualquiera puede visitar nuestra web sin importar la edad, pero si es verdad que el internet hoy en día y las páginas web son más usadas por los jóvenes.

Para dar con nuestros clientes diana por lo general vamos haciéndonos preguntas sobre los clientes que van comprando. También nos paramos a escuchar cada opinión o reseña que dejen sobre nuestra tienda, pues nos parece una buena forma de ajustar todos los productos a los clientes, también nos aseguramos de comprobar que nuestra página web no esté dando ningún problema a la hora de comprar. Cada un tiempo vamos rotando nuestros productos para que la variedad sea amplia y no se de siempre la misma imagen, con el objetivo de crecer como empresa y dar buena imagen a los compradores.

Dentro de la segmentación del mercado nos debemos hacer preguntas como:

- ¿Para quién creamos valor?
- ¿Cuáles son los segmentos que vamos a atender?
- ¿Cuántos clientes podemos llegar a tener?
- ¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?

Esta es la base de todo lo dicho anteriormente. En conclusión, los clientes son la base y lo más importante de un negocio, ya que, son los encargados de dar el visto bueno en una tienda, una empresa o en cualquier negocio.

Para nosotros ha sido muy importante crear la tienda física, pero también la online, así como dar visibilidad por redes sociales es muy importante. Nuestra tienda de ropa va dirigida a todos los públicos, sin importar la edad o su físico, también en relación calidad y precio, creemos que es importante adaptarnos a cada cliente para ofrecer los mejores productos. Decidimos también crear una página web para que así la gente que sea de otra parte de la ciudad o de cualquier otra pueda visitar nuestra tienda, física o visualmente y tener más posibilidades de venta. Las redes sociales van aparte pero agradecemos mucho cuando los clientes nos dan visibilidad desde sus redes sociales propias, haciendo así que lleguemos a más gente.