

SEGMENTACION DE MERCADO:

Es un proceso clave para una empresa de personalización de ropa, ya que permite identificar grupos específicos de clientes y adaptar la oferta a sus necesidades, deseos y características particulares. A continuación, se describen los principales criterios de segmentación que podrías considerar:

1. Segmentación demográfica

- **Edad:** Diseños para niños, adolescentes, adultos jóvenes y mayores.
- **Género:** Productos diferenciados para hombres, mujeres o unisex.
- **Ingresos:** Gamas económicas, medias y premium según el poder adquisitivo y nuestra marca.
- **Ocupación:** Uniformes personalizados para empresas, ropa deportiva para equipos, o ropa casual para estudiantes y cuadrillas.

2. Segmentación geográfica

- **Ubicación:** Áreas locales, nacionales o internacionales. Por ejemplo, personalización para mercados urbanos vs. rurales.
- **Clima:** Adaptar los productos según el clima predominante (ropa de invierno o verano).

3. Segmentación psicográfica

- **Estilo de vida:** Clientes interesados en moda urbana, vintage, minimalista, deportiva o sostenible.
- **Valores y creencias:** Grupos que valoran el uso de materiales orgánicos, mensajes motivacionales o diseños relacionados con causas sociales.
- **Intereses:** Diseños relacionados con hobbies como música, deportes, arte, o gaming.

4. Segmentación conductual

- **Motivación de compra:** Regalos personalizados, ropa para eventos especiales (bodas, cumpleaños), o para uso cotidiano.
- **Fidelidad a la marca:** Clientes frecuentes vs. esporádicos.
- **Uso del producto:** Ropa promocional para empresas, ropa deportiva para equipos, o ropa casual personalizada.

5. Segmentación por canal de venta

- **Clientes online:** Jóvenes o adultos que prefieren comprar a través de plataformas digitales.
- **Clientes presenciales:** Personas que valoran la experiencia en tienda física, como elegir telas y diseños en persona.

- **Mayoristas:** Empresas o colectivos que buscan grandes volúmenes de personalización.

Estrategias a considerar:

- **Microsegmentación:** Analizar nichos más específicos, como personas que buscan ropa personalizada con bordados únicos o diseños exclusivos hechos a mano.
- **Colaboraciones:** Trabajar con influencers o marcas locales para llegar a públicos específicos.
- **Personalización avanzada:** Ofrecer herramientas como diseñadores online para que los clientes puedan crear sus propios modelos.