

Segmentación de mercados



Nuestros clientes más importantes son los deportistas de entre 18 y 35 años, ya que son personas activas, acostumbradas a utilizar tecnología en su día a día y que valoran productos que mejoren su rendimiento y su seguridad mientras practican deporte. Este grupo de edad suele estar abierto a la innovación y busca dispositivos modernos que les ayuden a controlar su actividad física sin complicaciones.

Dentro de este segmento, los clientes más rentables son los que tienen entre 25 y 35 años, porque normalmente cuentan con mayor poder adquisitivo. Estas personas suelen trabajar, tienen ingresos estables y están dispuestas a pagar más por un producto de calidad que les ofrezca varias funciones en un solo dispositivo, como ocurre con los auriculares con GPS integrado y sensores de salud.

En cuanto a las necesidades que se buscan cubrir, uno de los principales problemas es la dependencia del móvil. Muchos deportistas necesitan llevar el teléfono encima para escuchar música, controlar su entrenamiento o registrar rutas, lo cual resulta incómodo. Nuestros auriculares permiten reducir esta dependencia, ya que integran GPS y sensores de salud, facilitando la práctica deportiva de forma más cómoda y autónoma.

Respecto a lo que buscan los clientes, destacan tres aspectos clave. En primer lugar, la innovación, ya que desean productos modernos, tecnológicos y diferentes a los auriculares tradicionales. En segundo lugar, el rendimiento óptimo, tanto en calidad de sonido como en precisión de los datos recogidos durante la actividad física. Por último, la monitorización, ya que valoran poder controlar su estado de salud, su rendimiento deportivo y su actividad de forma sencilla y en tiempo real.

En conjunto, este producto responde perfectamente a las expectativas de un público joven, activo y exigente, que busca comodidad, tecnología y control en un solo dispositivo.