

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

En cuanto a los **clientes**, AquaSmart tiene una gran variedad de diferentes tipos de consumidores.

En base a sus **características** o necesidades podrán disponer de un modelo u otro. Entre los diversos consumidores destacan los siguientes, la personas mayores con un acceso facilitado y adaptados a sus capacidades, para personas deportistas con un depósito más extenso y de larga duración, las personas con discapacidad visual dispondrán de un modelo en concreto adaptado con código Braille y con comando por voz, y por último, los niños dispondrán de un modelo con caricaturas, dibujos, imágenes y colores.

Por lo general, orienta a los productos que todos los consumidores la pueden usar, lo podría comprar cualquier tipo de persona, ofreciendo una solución accesible, cómoda y adaptable a las necesidades que tengan. Podrían usarla las personas que practican deporte para mejorar su rendimiento, bienestar o salud. A personas que puedan utilizar este producto, como personas que quieran mantener su postura o bienestar físico, personas que buscan mejorar su apariencia personal, personas que se están recuperando unas lesiones y necesitan producto que apoyen su rehabilitación.

Teniendo en cuenta los diferentes tipos de consumidores que tiene este negocio, se menciona el **mercado masivo** que abarca a un amplio grupo de clientes que están en busca de soluciones variadas, asequibles y accesibles. Para lograr el objetivo de una hidratación que se ajuste a las necesidades de cada uno, AquaSmart presenta su oferta que implica que su producto tenga una gran visibilidad, significado y relevancia. Los productos suelen ser físicamente similares, cada uno se adapta a las necesidades individuales de los clientes, y la clave es satisfacer a todos los clientes.

Este es un mercado con una competencia bastante alta por eso este emprendimiento se destaca gracias a su amplia distribución, su diseño innovador y la calidad comprobada y aceptada por el público.

Para asegurarse de que llegue a todos, se utiliza con una comunicación masiva, incluyendo publicidad a través de las redes sociales y plataformas centrales digitales, promoción en los puntos de venta, así como campañas y eventos de salud e hidratación con mensajes simples y sencillos para que todo el público pueda entender.

Este enfoque masivo permite que la empresa AquaSmart consiga alcanzar su objetivo de llegar a millones de clientes, convertirse en una marca reconocida y generar grandes volúmenes de ventas.