

Segmentación de mercado:

1. ¿Quién es nuestro cliente?:

Nuestro cliente es cualquier persona que busca expresar su identidad a través de la ropa, alejarse del consumo masivo y apostar por una moda más creativa, sostenible y personalizada. Se trata de usuarios que quieren sentirse especiales, auténticos y responsables con el planeta.

Incluye tanto a jóvenes adultos familiarizados con la tecnología, como a personas jubiladas con tiempo, sensibilidad creativa y conciencia ambiental.

2. Segmentos de clientes:

Segmento 1: Jóvenes adultos innovadores, originales y motivados a proteger el medio ambiente, de entre 18–35 años. Ya que buscan diferenciarse, evitar la moda rápida y crear prendas únicas que reflejen su estilo personal, además de contribuir positivamente en la sostenibilidad del planeta.

Segmento 2: Personas amantes de las manualidades y de la personalización, diferenciando a usuarios de cualquier edad que disfrutan, creando, reparando o transformando prendas para expresar su creatividad.

Segmento 3: Usuarios activos en las redes sociales en busca de inspiración, es decir, personas que consumen y comparten contenido creativo en las redes sociales, que buscan un reconocimiento social y además disfrutan mostrando sus creaciones para sentirse especiales y parte de una comunidad.

Segmento 4: Personas jubiladas con sensibilidad creativa, es decir, usuarios mayores que tienen bastante disponibilidad de tiempo, que disfrutan las actividades manuales y valoran el impacto positivo de reutilizar prendas, en lugar de comprar nuevas.

Cada uno de estos segmentos, presenta distintas motivaciones ya que unos buscan la protección del medio ambiente, otros disfrutan de la creatividad, otros prefieren el reconocimiento social y otros las actividades manuales. ReStyle responde a todas estas necesidades mediante creatividad, personalización y sostenibilidad.

3.Características principales de los clientes:

Geográficas: Nuestros clientes viven principalmente en zonas o áreas urbanas o semiurbanas, donde la moda , la tecnología y las tendencias sostenibles tienen mayor accesibilidad. En cuanto a la localización la centramos en ciudades de tamaño medio y grande, además es necesario el acceso estable a internet y a servicios de mensajería para poder recibir los kits personalizados que ofrece nuestra app.

Demográficas: La edad de nuestros clientes se organiza alrededor de 18 y 35 años, además incluyendo a personas jubiladas de 60 a 75 años con cierto interés creativo. En cuanto al género contamos con un público diverso, aunque con cierto predominio femenino.

Socioeconómicas: No se requiere un cierto grado de estudios sino una gran capacidad y motivación creativa. Su nivel de renta es media o media-alta ya que son consumidores dispuestos a pagar por productos con valor personalizado, ético y emocional. Por otro lado, las ocupaciones comprenden estudiantes y jóvenes profesionales, empleos creativos o digitales y personas jubiladas con tiempo disponible para actividades manuales que desarrollen su creatividad.

Psicográficas: Nuestros clientes son personas que disfrutan con actividades como: la costura, manualidades, personalización de ropa, compartir contenido creativo en las redes sociales y participar en proyectos sostenibles. Su estilo de vida se caracteriza por ir a contracorriente y no seguir la moda masiva, preferir reutilizar, transformar y consumir de forma consciente, y el disfrute de inspirar y ser inspirado. En cuanto a la personalidad, son creativos, curiosos, auténticos y conscientes con el bienestar del planeta.

4.Tipo de mercado:

Este proyecto se desarrolla en un mercado segmentado, debido a que existen diversos grupos de clientes con motivaciones y características variadas, aunque todos comparten la creatividad, la plena conciencia sobre el medio ambiente y el deseo de diferenciarse.

