

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO



La segmentación de mercado de este producto se centra en las personas que buscan una solución práctica a este problema para su día a día. Tanto hombres como mujeres de todas las edades que consideren útil la instalación de este espejo inteligente en sus casas. No se trata de un producto que esté limitado a un grupo concreto de personas, sino de una herramienta que es capaz de ayudar a cualquier persona que tenga problemas a la hora de elegir qué ropa ponerse.

Dado que este producto está enfocado en ahorrarle tiempo a los usuarios, los principales clientes van a ser aquellas personas que valoren mucho su tiempo. Esas personas que por su rutina no tienen tiempo suficiente por las mañanas, pero aun así quieren empezar el día de forma organizada. Para ellos, el producto supone una solución, ya que les ayuda a vestirse más rápido sin perder tiempo ni poner en dudas su elección.

Otro grupo de personas a las que está dirigido este producto son las personas indecisas o que suelen dudar sobre qué ponerse. Este espejo con inteligencia artificial ayuda con la confianza, ya que ofrece recomendaciones personalizadas, evitando las dudas y el estrés.

También es útil para quienes quieren vestir de forma adecuada según el tiempo que haga cada día o los recados y cosas que tengan que cumplir ese día. Gracias al uso de la inteligencia artificial, el producto ayuda a elegir la ropa más adecuada a las situaciones que tengas que vivir ese día, mejorando la comodidad y evitando malas decisiones.

Por último, el producto también está dirigido a las personas que estén interesadas en la tecnología y su evolución. Clientes que quieran modernizar su rutina y hogar, incluyendo este producto a su vida diaria.