

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

El cliente ideal de DYNAXX es alguien que vive el deporte como parte de su rutina diaria. Es una persona activa y moderna, que busca rendir bien en sus entrenamientos, pero también verse bien fuera del gimnasio. No solo busca ropa para hacer ejercicio, sino prendas que le aporten comodidad y una estética cuidada.

En cuanto a las características demográficas, el público de DYNAXX está formado principalmente por personas de entre 18 y 35 años, hombres y mujeres que llevan un estilo de vida activo y dinámico. Suelen pertenecer a una clase media o media-alta y están dispuestos a invertir en ropa de calidad, con buenos materiales y un diseño moderno. La mayoría vive en zonas urbanas o semiurbanas, especialmente en ciudades donde el fitness y la moda deportiva forman parte de la rutina diaria. Su nivel educativo suele ser medio o alto, e incluye estudiantes universitarios, jóvenes profesionales y entrenadores personales.

DYNAXX segmenta a sus clientes según sus intereses y estilos de vida.

En primer lugar, están los deportistas activos: personas que practican fitness, crossfit, running o musculación. Este grupo valora la comodidad, la transpirabilidad y la resistencia de los materiales. Para ellos, DYNAXX ofrece prendas técnicas y modernas que combinan rendimiento y estilo.

También están quienes mezclan deporte y moda urbana, usando la ropa tanto para entrenar como para salir o pasar el día, por lo que buscan prendas versátiles que funcionen dentro y fuera del gimnasio.

Además, existe un grupo que sigue un estilo de vida saludable y quiere ropa que represente su energía, su identidad y su forma de pensar.

El público objetivo de DYNAXX se puede dividir también según la edad y el rol que desempeñan en su vida personal o profesional. Cada grupo presenta características, motivaciones y comportamientos de compra diferentes, lo que permite adaptar las estrategias de comunicación y diseño de las prendas a sus necesidades específicas.

Por un lado, los jóvenes de 18 a 25 años, muy activos en redes sociales y seguidores de tendencias. Ven la ropa deportiva como una forma de expresión personal. Para ellos, DYNAXX representa energía, autenticidad y comunidad.

Por otro lado, los adultos jóvenes de 26 a 35 años, profesionales que equilibran trabajo y vida activa. Valorán la versatilidad y buscan prendas cómodas y elegantes que puedan usar tanto para entrenar como en su rutina diaria. Para ellos, DYNAXX ofrece diseños funcionales que proyectan una imagen moderna y cuidada.



La marca se enfoca en zonas urbanas y semiurbanas donde el deporte y la moda forman parte del estilo de vida. Se dirige a personas de clase media y media-alta que valoran la calidad y la estética, y ven la ropa deportiva como una forma de expresar su personalidad. No solo buscan prendas para entrenar, sino ropa que puedan integrar en su día a día.

A todos los clientes les preocupa que la ropa sea cómoda, resistente y que dure. Muchos se quejan de que otras marcas limitan el movimiento, se desgastan rápido o pierden color con facilidad. Para evitar eso, DYNAXX utiliza tejidos técnicos, elásticos y resistentes que mantienen el cuerpo seco y permiten entrenar sin molestias.

También responden a la necesidad de usar ropa deportiva en entornos urbanos, por lo que apuestan por diseños modernos y versátiles. A esto se suma una mayor conciencia por la sostenibilidad, motivo por el que DYNAXX utiliza materiales reciclados y procesos responsables sin renunciar al estilo ni al rendimiento.

Finalmente, muchos clientes buscan pertenecer a una comunidad que comparta sus valores y estilo de vida. DYNAXX fomenta esta conexión mediante redes sociales, eventos y colaboraciones con deportistas e influencers.

Además, estos clientes buscan un sentimiento de pertenencia, no solo una prenda. Por eso la marca trabaja en construir una comunidad a través de redes, colaboraciones con deportistas, influencers y gimnasios, creando un ambiente motivador y cercano. En conjunto, DYNAXX no solo ofrece ropa deportiva: ofrece una forma de expresar quiénes son, cómo viven y qué valores quieren transmitir.

A continuación, se presenta el mapa de empatía de DYNAXX:

