

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Prime D'arome es una marca dirigida a todos los públicos, pero como todas las empresas tienen un mercado específico al que va dirigido el producto, en este caso su público objetivo se centra en los jóvenes que no quieren gastarse un elevado precio en un perfume de calidad.

CARACTERISTICAS:

- Hombre
- Joven
- Pelo castaño
- Extrovertido, social, deportista y con las ideas claras.
- 1,80m
- Clase social media
- Localidad en la península ibérica

En Prime D'arome utilizan la segmentación por intereses, dividiendo a nuestros clientes según la edad y el uso del producto dependiendo de la estación del año.

Contamos con diferentes fragancias que pueden gustar a clientes de diferentes gustos y actividades, por ejemplo: poseen 4 tipos de fragancias enfocadas cada una en cada estación del año: Las colonias inspiradas en invierno y verano ofrecen una fragancia más alegre y llamativa enfocada para un público más joven , sociable y extrovertido.

En cambio, las colonias de primavera y otoño están enfocadas para un público más mayor, serio y reservado.

La segmentación de clientes de Elixir prime D'arome se divide por edad y rol que desempeñan en su vida diaria, este proceso de segmentación fue establecido para tener unos claros objetivos de venta y dominar el terreno de las fragancias. Los principales grupos de clientes son de 17 a 28 años que se dividen en:

-17 a 20 años: Jóvenes recién salidos de la adolescencia que buscan un aroma fresco y exclusivo, suelen estar buscando su primer trabajo o estudiando.

-20 a 24 años: Jóvenes con un presupuesto algo más elevado que están acabando sus estudios o que han pasado por varios trabajos. Buscan aromas novedosos y llamativos.

-24 a 28 años: Personas algo más experimentadas en la vida con un presupuesto mayor que están trabajando en formar una familia. Se centran en fragancias exclusivas y elegantes.

En Elixir Prime D'Arome buscan albergar al máximo grupo de gente, con ello su tienda situar en el centro de valencia, donde se puede acceder de todas las formas, ya sea con bicicleta, coche, metro, bus... Por lo tanto, se han buscado una muy buena localización para que todo tipo de gente pueda acceder a la tienda. A parte de esto también destacan por el bajo precio que dan para la alta calidad que ofrecen, por ello, una persona de clase media podrá adjudicar con facilidades un perfume de alta gama.

Los clientes de la marca se caracterizan por personas que buscan oler lo mejor posible y que les dure el perfume para poder ir a eventos, trabajo, deporte...

Su proyecto cuenta con un código QR en cada producto para que los clientes después de comprarlo lo escaneen y puedan dejar reseñas , comentarios y consejos en una pagina web en la que únicamente se puede entrar con dicho código, esto les proporciona que sus clientes puedan interactuar entre ellos y saber las opiniones de los clientes para saber que mejorar o saber que les gusta.