

Segmentación de mercados

1. Segmentación Demográfica

- Jóvenes adultos (25–40 años): Profesionales con poco tiempo para tareas domésticas.
- Adultos (40–55 años): Con familias y mayor interés en optimizar recursos del hogar.
- Medio-alto y alto: Hogares con capacidad económica para invertir en tecnología del hogar.
- Usuarios interesados en domótica: Personas que ya poseen dispositivos inteligentes y están dispuestas a ampliar su ecosistema.
- Parejas jóvenes sin hijos.
- Familias con hijos que generan mayor volumen de ropa.
- Personas que viven solas, pero buscan soluciones que ahorren tiempo.

2. Segmentación Geográfica

- Entornos urbanos y suburbanos, donde el ritmo de vida es más acelerado, Los pisos suelen ser más pequeños y la eficiencia del espacio es una prioridad, La domótica está más extendida.
- Países o ciudades con mayor sensibilidad hacia la sostenibilidad y el consumo energético responsable.

3. Segmentación Psicográfica

- Estilos de vida y valores
- Personas con falta de tiempo y alta carga laboral.
- Usuarios eco-conscientes, preocupados por el impacto ambiental del consumo energético y de agua.
- Amantes de la tecnología, la automatización y los productos inteligentes.
- Consumidores que valoran la comodidad, la eficiencia y la simplificación de tareas cotidianas.

Los clientes ideales de V-Closet son adultos de entre 25 y 45 años, con un estilo de vida acelerado, nivel socioeconómico medio-alto, residentes en zonas urbanas, interesados en la tecnología y en reducir su impacto ambiental. Valoran especialmente la comodidad, el ahorro de tiempo y la eficiencia en el hogar.