



SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Queremos que cualquier persona pueda usarla sin necesidad de conocimientos técnicos ni aplicaciones móviles, por eso también incluimos a niños y ancianos

Nuestra idea es empezar poco a poco, centrando las primeras ventas en Castilla y León, donde la gente puede ver el producto de forma directa y adquirirlo fácilmente, queremos empezar de manera local.

El público al que nos dirigimos es muy amplio, porque la pulsera puede servir para todas las edades. Aun así, dentro de ese grupo general, distinguimos algunos segmentos específicos

- Deportistas o personas activas, que sudan mucho y necesitan controlar su hidratación
- Niños, que aprendan desde pequeños que beber agua y la salud es importante
- Personas mayores, que a veces no notan la sensación de sed y podrían beneficiarse de una señal visual sencilla
- Público general, cualquier persona que quiera cuidar su salud y controlar si está bebiendo suficiente agua

Con esta segmentación, AquaSkin busca llegar primero a los clientes de su entorno más cercano, para después poder crecer poco a poco hacia nuevas zonas y puntos de venta.