

3. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

A. CLIENTE OBJETIVO

Nuestro cliente objetivo es un adulto joven-adulto de 25-55 años con las siguientes características:

- **Poder adquisitivo:** Ingresos mensuales superiores a 2.000€ con capacidad de gasto en productos de lujo.
- **Intereses:** Moda, belleza, cuidado personal, fragancias de nicho y lujo.
- **Comportamiento:** Busca experiencias únicas, valora la exclusividad y el asesoramiento experto.
- **Ubicación:** Residentes en Madrid y área metropolitana, con tendencia a compras en zonas premium.

B. SEGMENTACIÓN DE CLIENTES

Identificamos tres segmentos diferenciados:

Segmento 1: Coleccionistas & Adicionados (30%)

- Perfumistas experimentados que buscan marcas de nicho y exclusivas
- Compra frecuente (2-3 veces al mes) con ticket promedio de 80-120€
- Requieren asesoramiento especializado y acceso a ediciones limitadas Canales: Tienda física principalmente, comunidad en redes sociales

Segmento 2: Compradores Ocasionales Premium (50%)

- Clientes que buscan perfumes de calidad para sí mismos o regalos
- Compra ocasional (4-6 veces al año) con ticket promedio de 60-90€
- Valoran la recomendación profesional y la experiencia en tienda Canales: Tienda física, redes sociales e influencers

Segmento 3: Clientes de Regalo & Eventos (20%)

- Compradores ocasionales que buscan regalos especiales y personalizados
- Compra concentrada en ocasiones (navidad, bodas, cumpleaños)
- Ticket promedio superior: 100-200€
- Requieren empaquetado premium y servicio de consultoría para elegir

Distribución de segmentos de clientes

Compradores ocasionales dominan la base de clientes

Powered by  perplexity

