

Segmentación de mercado

El público al que dirigimos nuestro producto es sobre todo las personas que suelen llegar a casa cansadas y se sientan en su sofá, el producto lo pueden comprar tanto menores como mayores de edad.

Hablamos de un segmento muy amplio, ya que ampara un perfil de cliente que le guste descansar en el sofá tomando un refresco, que podría ser desde un deportista que necesite descanso tras la sesión que ha realizado hasta una persona que le apetezca estar viendo la televisión con un refresco o una bebida.

