

Cliente y Segmentación en una Empresa de Productos de Belleza

Objetivo:

Aplicar los conceptos de cliente, consumidor, usuario y segmentación del mercado mediante el análisis de un caso real en la industria de productos de belleza.

Caso para análisis: "Belleza Esencial"

Descripción del caso:

"Belleza Esencial" es una empresa que comercializa productos de belleza y cuidado personal, como cremas hidratantes, maquillaje y tratamientos capilares. Tras realizar un análisis de mercado, la empresa identificó los siguientes segmentos principales: Jóvenes entre 18 y 25 años: Prefieren productos innovadores, con ingredientes naturales y empaques sostenibles. Buscan marcas que se alineen con sus valores de cuidado ambiental.

Mujeres profesionales entre 30 y 45 años: Se interesan por productos que combinen calidad y practicidad, como cremas de uso diario y maquillaje duradero para largas jornadas. Valoran la exclusividad y el respaldo científico.

Hombres entre 25 y 40 años: Están interesados en productos básicos de cuidado, como hidratantes y lociones para después de afeitarse, pero prefieren opciones de fácil aplicación y diseño masculino.

"Belleza Esencial" desarrolló líneas de productos específicas para cada segmento, ajustando el diseño, los precios y las campañas publicitarias según las preferencias de cada grupo. Usaron redes sociales y tiendas en línea como sus principales canales de promoción.

Instrucciones del trabajo práctico

Parte 1: Análisis del caso

Definir conceptos clave:

- Explica en tus palabras qué es un cliente, consumidor y usuario, aplicando estos conceptos al caso de "Belleza Esencial".
- Define qué es la segmentación de mercado y por qué es esencial en la industria de productos de belleza.
- Identificación de estrategias:
- Describe las bases de segmentación utilizadas por "Belleza Esencial" (geográfica, demográfica, psicográfica, conductual).
- Analiza si las líneas de productos y estrategias publicitarias son adecuadas para los segmentos mencionados. Justifica tu respuesta.

Parte 2: Propuesta de mejora

Propuesta de un nuevo segmento:

- Define un nuevo segmento potencial para "Belleza Esencial". Ejemplo: Mujeres mayores de 50 años que buscan productos anti-edad con fórmulas innovadoras.
- Explica por qué este segmento sería una oportunidad para la empresa.

Diseño de estrategia:

- Crea una estrategia específica para el nuevo segmento, incluyendo:
 - Producto: características principales.
 - Precio: rango sugerido.
 - Promoción: medios y mensajes clave.
 - Distribución: canales para llegar a este segmento.

Parte 3: Reflexión final

Responde:

- ¿Qué aprendí sobre cómo las empresas de belleza utilizan la segmentación para llegar a sus clientes?
- ¿Cómo influye la segmentación en el éxito y la sostenibilidad de estas empresas?
- Propuesta personal:
- Si tuviera un negocio de belleza, ¿qué estrategia de segmentación usaría y por qué?