



CLIENTES POTENCIALES



CLIENTES POTENCIALES

La empresa **Active Training SAS**, dedicada a la comercialización y venta de prendas deportivas para mujer, realizó la **caracterización de tres tipos de clientes potenciales**.

Este análisis permite identificar sus comportamientos, gustos, necesidades y preferencias de compra, con el fin de ofrecer una atención personalizada y fortalecer las estrategias de venta y fidelización. A continuación, se presentan los perfiles seleccionados que representan los principales segmentos de mercado de la marca.



Cliente 1: Mujer ejecutiva activa

Profesional o emprendedora entre 28 y 40 años, práctica y organizada, que busca prendas deportivas cómodas, duraderas y con estilo para adaptarlas a su rutina diaria. Prefiere compras online con atención rápida y personalizada. Se le debe ofrecer asesoría ágil sobre tallas y combinaciones, destacar beneficios como elasticidad y transpirabilidad, y mantener un tono profesional, amable y eficiente.

**Cliente 2: Mujer fitness y
apasionada por el deporte**

Mujer entre 20 y 35 años, activa, disciplinada y amante del gimnasio. Busca ropa deportiva moderna que realce su figura y le brinde libertad de movimiento. Se inspira en marcas y entrenadores fitness, comparte su estilo en redes y disfruta probar nuevas tendencias. Se le debe atender con un lenguaje joven y motivador, ofreciendo conjuntos llamativos, tejidos técnicos, colores vivos y beneficios como descuentos o lanzamientos exclusivos.





Cliente 3: Mujer mamá activa y práctica

Mujer entre 30 y 45 años, madre responsable y multitareas que busca prendas cómodas, duraderas y fáciles de combinar para adaptarse a su rutina diaria entre el hogar, el trabajo y el ejercicio. Valora la buena relación calidad-precio y suele comprar por recomendaciones o promociones. Se le debe atender con empatía y calidez, ofreciendo asesoría personalizada, combos o descuentos, y destacando la comodidad para todo el día.



Conclusión

La caracterización de clientes potenciales permite a **Active Training SAS** comprender mejor las necesidades y comportamientos de su público objetivo. Con esta información, la empresa puede diseñar estrategias de atención, comunicación y promoción más efectivas, ofreciendo productos que se adapten a cada perfil y fortaleciendo la satisfacción y fidelidad de las clientas.