برای بخش‌بندی مشتریان خود که به عنوان بخش مشتریان و خریداران پلترفم ما محسوب می‌شوند، با توجه به اینکه محصول اصلی که آنها می‌توانند از فروشگاه آنلاین ما خرید بکنند لباس است، از ویژگی‌ها و Attributeهای زیر جهت بخش‌بندی بازار خود استفاده می‌کنیم:

|  |  |
| --- | --- |
| ویژگی یا Attribute | بخش‌های بازار با توجه به ویژگی ذکر شده |
| سن | جوان – میان‌سال – پیر |
| سطح دارمد | ضعیف – متوسط – بالا |
| سلیقه | افرادی که مد و فشن توجه می‌کنند – افرادی که مد برای آنها اهمیت ندارد |

با توجه به مطالعات انجام شده بازار هدف خود را با توجه به ویژگی سن افراد جوان در نظر می‌گیریم. علت این موضوع است که افراد جوان ارتباط بسیار زیادی با تکنولوژی و اینترنت دارند و به همین جهت این دست از افراد برای یک فروشگاه آنلاین هدف بسیار مناسب‌تری هستند.

از لحاظ سطح دارمد بررسی‌های ما نشان می‌دهد که افراد با سطح درامدی بالای بیشتر ترجیح می‌دهند تا کالاهای مدنظر خود را به صورت حضوری و از مکان‌های خاصی انجام دهند و از سویی دیگر افراد با سطح دارمد ضعیف نیز کمتر جهت خرید به فروشگاه‌های اینترنتی رجوع می‌کنند به این علت که تصور آنها این است که در خرید حضوری می‌توانند البسه‌ی مدنظر خود را با قیمت کمتری خریداری کنند. بنابراین بر اساس این ویژگی افراد با سطح درامد متوسط هدف ما قرار می‌گیرند.

بر اساس ویژگی سلیقه نیز با توجه به شرایط موجود در بازار و بررسی رقبایی که انجام داده‌ایم بهتر است تا افرادی که مد و فشن برای آنها مهم است را مدنظر قرار دهیم به این علت که این افراد برای خرید لباس به روندها توجه بیشتری دارند و از اینترنت برای یافتن آنها استفاده می‌کنند و از همین طریق می‌توان آنها را به فروشگاه خود جذب بکنیم.

بنابراین با توجه به توضیحات ذکر شده افراد جوان با سطح دارمد متوسط که مد و فشن توجه ویژه‌ای دارند بازار هدف فروشگاه آنلاین ما در بخش مشتریان خواهند بود.