



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

INVESTIGACION DE MERCADOS

DANIELA DIAZ LOBOS

ALDO IRECTA NAJERA

22 DE MAYO DEL 2020

¿Qué es la segmentación de mercados?

Es el proceso de identificar grupos de clientes con necesidades y motivos de compra muy similares, dentro de un mercado relevante.

Analiza la demanda primaria, la segmentación del mercado que permite centrar el esfuerzo de la Mercadotecnia hacia los usuarios de alto consumo y desarrollar ofertas de nuevos productos que se establecen como objetivo.

La segmentación de mercado facilita el diseño de productos diferentes, sistemas de entrega o promociones atractivas.



¿Cómo se subdividen las variables de la segmentación?

Se dividen en las variables demográficas, como el género, edad, estado civil y tamaño del hogar, constituyen criterios muy utilizados para segmentar mercados.

Las variables socioeconómicas:

Es como el ingreso, ocupación y nivel de estudios, proporcionan también una buena base para segmentar los mercados. Las diferencias en los productos en los productos comprados, calidad de los mismos y pautas de compra.



Las variables geográficas:

Dan lugar a considerables diferencias en las características y comportamientos de los consumidores. Las distintas orografías, hidrografías, climas, etc. De los territorios y las razas y culturas de sus pobladores han dado lugar a necesidades pautas de consumo marcadamente diferentes.

La segmentación de mercados por criterios geográficos que unen a la utilización de bases y datos programados para informar.

QuestionPro



