

SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

¿QUÉ ES ?

Significa dividir el Mercado en grupos más o menos homogéneos de consumidores (Variables geográficas, demográficas, psicográficas y conductuales)

VARIABLES

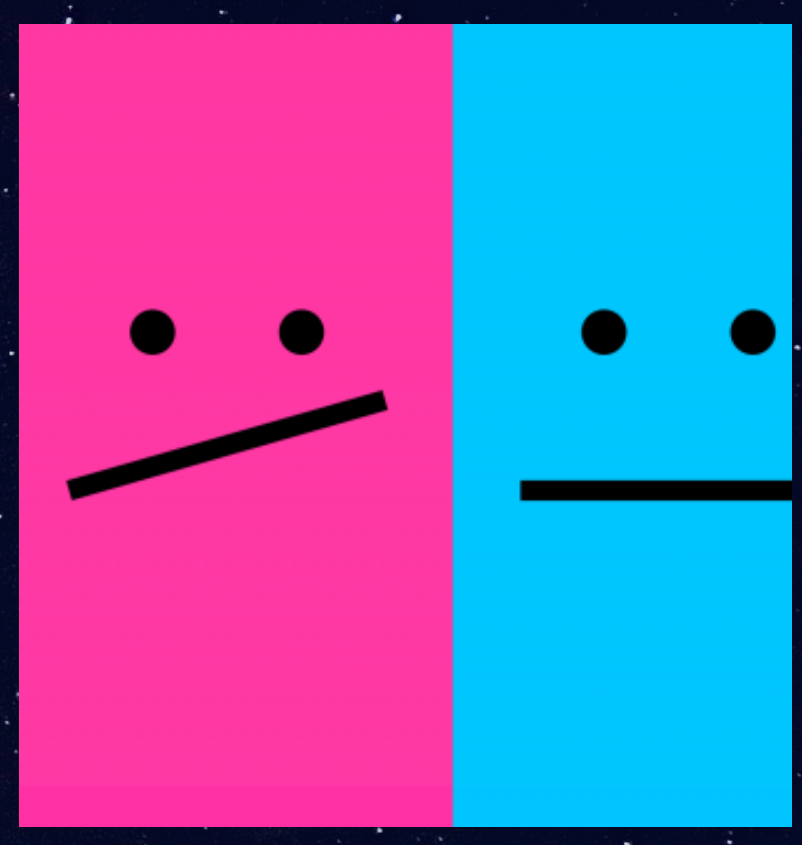
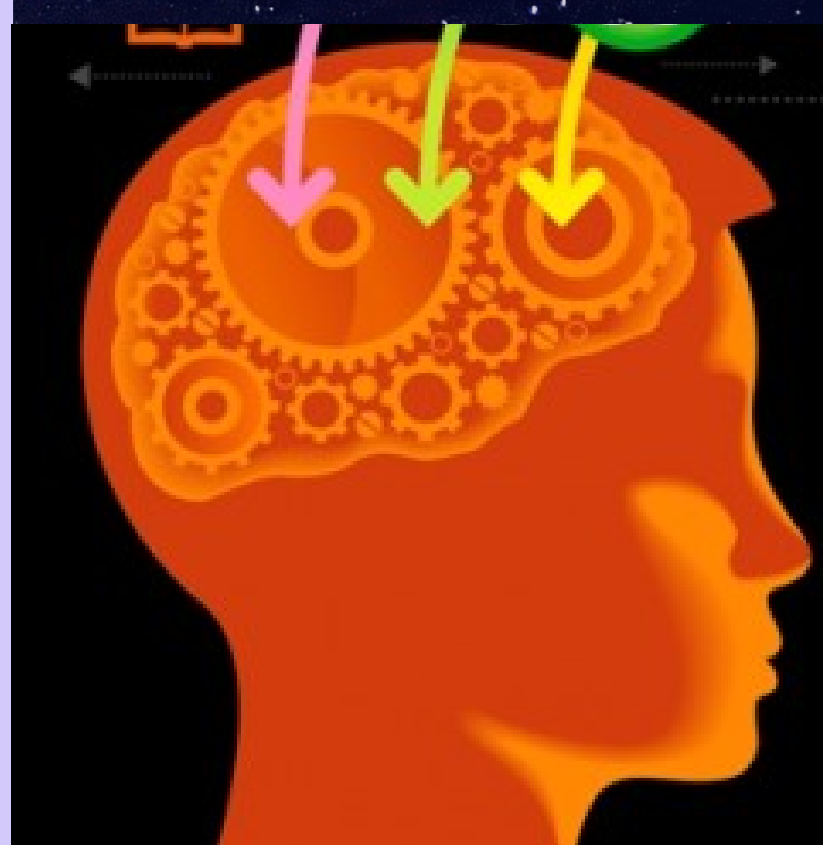
GEOGRÁFICAS



DEMOGRÁFICAS



PSICOGRÁFICAS



CONDUCTUALES

SUBDIVISIÓN

- Región
- país
- clima

- Edad
- Género
- Tamaño de la familia

- Clase Social,
- Estilo de Vida,
- Personalidad

- Ocasión de compra
- Beneficio pretendido