



Mi Universidad

Mapa conceptual

Nombre del Alumno **Jorge Arturo Estrada Borraz**

Nombre del tema **Segmentación de mercados**

Parcial **3**

Nombre de la Materia **Mercadotecnia**

Nombre del profesor **ANA LAURA CULEBRO TORRES**

Nombre de la Licenciatura **Administración y estrategia negocios**

Cuatrimestre **5**

Bibliografía: Antología de Mercadotecnia

Segmentación de mercados

Segmentación

Es un método por el cual se pueden dividir a los clientes potenciales en distintos grupos los cuales permiten que las empresas puedan enviar mensajes personalizados a las audiencias correctas. Pueden dividirse en otras grandes categorías como **SEGMENTACION POR UBICACION, O POR EDAD**

RELACIONES CON LOS CLIENTES

Ayuda a mostrar a sus clientes que comprende sus problemas centrales y demuestra que tiene solución. Su objetivo es la satisfacción del cliente.

MAYOR PROBABILIDAD DE DIVIDIR A SUS CLIENTES

DIVIDIR A SUS CLIENTES EN SEGMENTOS Y CREAR ANUNCIOS O CORREOS ESPECIFICOS PARA SUS NECESIDADES LE BRINDA UNA OPORTUNIDAD MUCHO MAYOR. CUANTO MAS ESPECIFICO EL SEGMENTO, MAS PROBABILIDADES TENDRA DE LLEGAR A ESA AUDIENCIA.