



Nombre de alumno: **Emanuel de Jesús Samayoa Hernández.**

Nombre del profesor: **Lic. Ana Culebro**

Nombre del trabajo: **U3T1**

Materia: **Mercadotecnia**

Grado: **5to cuatrimestre LAN**

Grupo: **A**

Comitán de Domínguez Chiapas a 12 de marzo de 2023

Para poder segmentar un mercado adecuadamente, es necesario considerar algunas variables como Demografía, Operación, Compra, Relaciones y finalmente, la Condición usuaria.

### Condición Usuaria

Además de las otras variables, la condición usuaria nos brinda mucha información acerca del segmento, puesto que esta engloba: Clientes actuales, Ex clientes y Clientes potenciales.

En este caso, se trata de un método único, donde dividimos a los clientes pequeños, medianos y grandes. Así comunicamos rápidamente un mensaje orientado a un público objetivo.

A corto plazo

Sin embargo, la manera ideal para el marketing consiste en dividir el segmento en 6 o 7 grupos en función de elementos cuantitativos y cualitativos.

A largo plazo

## Criterios

## Métodos y Diseños

## Beneficios y Bases

## Errores

Por otro lado

# U3. Segmentación del Mercado.

Buena  
A grandes rasgos, la segmentación consiste en la aplicación de un método para dividir a los clientes potenciales en grupos específicos. Con el propósito de impactar a las personas adecuadas con contenido especial para ellos.

### Nuevas oportunidades

No debemos restringir el mercado, podemos llegar a más personas

### Relaciones con los clientes

Nos relacionamos con ellos para al final conseguir, además de ventas, que ellos se sientan satisfechos y se vuelvan leales a la marca.

### Mayor probabilidad de éxito

Esta cercanía a los clientes permite empatizar con ellos y sus necesidades, estrechando aún más la relación, derivando en la compra y lealtad a nosotros.

### Diseño de Productos

Al sintonizar a los clientes, conocemos más de sus necesidades y podemos diseñar nuevos productos que puedan satisfacerlas.

## Criterios de Segmentación

Además

La segmentación a su vez se divide en cuatro grandes subcategorías: Estas son el Comportamiento, Ubicación, Demografía y Psicografía.

Relativamente consisten en necesidades específicas, Distribución territorial, Edad o etnia y Estilo de vida y opinión.



Elaboró: Emanuel Samayoa