

**SEGMENTACIÓN, SELECCIÓN Y POSICIONAMIENTO DE MERCADOS**

**CONCEPTO, FUNCIÓN Y OBJETIVO DEL MERCADO**

grupo de personas o consumidores –identificados por una empresa–, con características similares que los convierten en clientes potenciales para sus productos o servicios

**TIPOS DE MERCADO**

- Mercado de competencia ideal. ...
- Mercado de competencia no ideal. ...
- Mercado monopolista. ...
- Mercado oligopolista. ...
- Mercado financiero. ...
- Mercado de bienes de consumo. ...
- Mercado de servicios. ...
- Mercado institucional.

**CONCEPTO, VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO**

Produce estancamiento cuando no se adapta o actualiza la información. Requiere de una inversión inmediata cuando se realiza por primera vez.

**CATEGORÍAS, REQUISITOS Y PASOS PARA SEGMENTAR UN MERCADO**

1. Segmenta tu mercado total.
2. Elige el mercado objetivo.
3. Selecciona el público meta.
4. Crea la estrategia de marketing ideal para tu público meta.
5. Aplica las acciones que diseñaste.
6. Mide tu desempeño.

**MERCADO META. CONCEPTO Y CRITERIOS PARA SU SELECCIÓN**

Los tres aspectos clave de un mercado meta incluyen: Datos demográficos: edad, sexo, ingresos, educación o situación laboral. Datos geográficos: ubicación principal de tu mercado.