



Súper nota

Nombre del Alumno: Alexa Gabriela Rodríguez Galindo

Nombre del tema: Segmentación y posicionamiento de mercados

Parcial: 2ª unidad

Nombre de la Materia: Mercadotecnia

Nombre del profesor: Lucero del Carmen García

Nombre de la Licenciatura: Administración y estrategia de negocios

Cuatrimestre: 5ª

SEGMENTACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE MERCADOS

Concepto de segmentación

Consiste en seccionar al mercado

En grupos más pequeños que comparten características similares

Estas son:

Edad

Ingresos

Rasgos de personalidad

Comportamiento

intereses

Necesidades

Ubicación

Criterios de segmentación

Conductual

Se divide el mercado

Según

Se actitud, fidelidad, ocasión, frecuencia, necesidades, beneficiós

Psicográfica

Se divide el mercado

Según

Características psicológicas y de personalidad

Como:

El estilo de vida o valores

Geograficos

Se divide el mercado

En diferentes áreas

Demográfica

Se divide el mercado

Según

Genero y edad

Socioeconómicos

Se divide el mercado

Según

El nivel de renta, educación

Mercado meta

Son los

Clientes ideales a los cuales está dirigido tu producto, servicio o marca

Siendo un grupo de personas

Con:

Necesidades, características demográficas e intereses específicos

Que hacen a estas personas el

El cliente ideal para consumir el producto o el servicio

Estrategias cartera de productos

Longitud

Número total de productos que una marca comercializa

Amplitud

Número de líneas de producto que integran la cartera

Profundidad

Diferentes variantes de los productos en cada línea

Consistencia

Grado de similitud y relación que tienen todas las líneas

Bibliografía

Apuntes de clase

<https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-segmentacion-de-mercados/>

<https://blog.maestriasydiplomados.tec.mx/mercado-meta-que-es-y-como-identificarlo#:~:text=El%20mercado%20meta%20son%20los,destinatario%20ideal%20de%20tu%20empresa.>