



## **Mapa conceptual**

*Nombre del Alumno: Norma Valeria 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: 5to cuatrimestre*

# SEGMENTACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE MERCADOS

## CONCEPTO DE SEGMENTACIÓN

Refiere

La segmentación de mercado es una estrategia de marketing que consiste en dividir el público de una marca o negocio en grupos más pequeños, que se identifican por ciertas características que comparten entre sí

Segmentar el mercado no es otra cosa que hacer grupos más manejables de posibles consumidores de tu producto

Ademas

Llevando a cabo esta segmentación de mercado, es más fácil dirigirte a tu audiencia con mensajes específicos y más acordes a sus necesidades e intereses

## Criterios de segmentación

Dentro de los criterios de segmentación están:

### Conductual

Se divide mercado según su actitud, fidelidad, ocasión, frecuencia, necesidades y beneficios

### Geográfico

Se divide mercados en diferentes áreas

### Psicográfico

Se divide el mercado según características psicológicas y de personalidad, estilo de vida o valores

### Demográfico

Se divide por edad y género

### Socioeconómico

Se divide mercado según el nivel de renta educación

## mercado meta

Un mercado meta consiste en un conjunto de compradores que tienen necesidades o características comunes, a los cuales la compañía decide atender

Son

Todas las aportaciones y soluciones complementarias que rodean al producto, mercado o servicio principal en la red.

## Estrategias cartera de productos

Es un

Conjunto de prácticas que buscan incrementar las posibilidades de éxito de los artículos que vende una empresa

Son

Longitud: El número total que una marca comercializa

Amplitud: El número de líneas que productos que integran la cartera

Profundidad: las diferentes variantes de productos en cada línea.

Consistencia: Trata el grado de similitud y relación que tiene todas las líneas de producción entre ellas

Referencias: Apuntes tomados en clase, antología institucional de mercadotecnia.

<https://www.shopify.com/es/blog/segmentacion-de-mercado#:~:text=Un%20segmento%20de%20mercado%20es,marketing%20y%20lograr%20mayor%20eficiencia.>

<https://blog.hubspot.es/marketing/segmentacion-mercado#:~:text=La%20segmentaci%C3%B3n%20de%20mercado%20es,caracter%C3%A1sticas%20que%20comparten%20entre%20s%C3%A1d.>