

SEGMENTACION DEL CONSUMIDOR

EL CONSUMIDOR DE ACUERDO A SU POSICIÓN ECONÓMICA

Un factor de suma importancia y que influye en las estrategias de mercados son los ingresos que tienen los consumidores, esto es con el objetivo de poder tomar alternativas de acuerdo a su posibilidad de ingresos y económica que tengan. Una vez conociéndolo, las empresas podrán saber que ofrecer, el limite de rentabilidad que tendrían en cada producto o servicio que ofrezcan. En este mismo podemos recalcar que la educación es un factor que determina la segmentación de cada consumidor.

EL POTENCIAL DEL CONSUMIDOR SEGÚN EL ÁREA GEOGRÁFICA

El mercado tiene diversas clasificaciones de acuerdo a la posición geográfica que ocupe cada consumidor y la, es decir el lugar en donde se encuentren viviendo. De acuerdo a diversas teorías que existen se dice que los consumidores que bien dentro de un mismo espacio geográfico comparten similares necesidades, puede ser por la carencia de productos o servicios que hayan o bien la demanda que exista en un mismo espacio, es por ello que para poder posicionarse dentro de un mercado se necesita investigar de acuerdo a las necesidades que presenten los consumidores.

EL CONSUMIDOR HABITUAL CON BASE EN LOS BENEFICIOS ADQUIRIDOS

El estilo de vida de las personas puede influir en los consumos de productos o servicios, el mercado se clasifica también de acuerdo a los diferentes beneficios que los consumidores obtengan de cada uno de ellos, ya que en muchas ocasiones el consumidor puede buscar lo mas accesible de acuerdo a su vida cotidiana y las complicaciones que tenga. Las empresas deben de buscar las diferentes estrategias para poder ofrecer al cliente lo que este a su alcance y le pueda resultar muy favorable de acuerdo a su ritmo de diversas actividades.

EL CONSUMIDOR DE ACUERDO A SU EDAD Y SEXO

Otro factor que esta relacionado con el consumo de productos o servicios tiene que ver al publico que la empresa seleccione dirigir, es uno de los factores en donde se tiene que dar a conocer la empresa de acuerdo a los beneficios que ofrezca el producto y que tan llamativo este en relación a la edad a la que se ofrecerá, tiene que estar al alcance de el consumidor y funcional para determinada edad encontrando el medio ideal para poder ofrecerlos.

FACTORES INFLUYENTES EN EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

En resumen el comportamiento del consumidor se basa en los factores sociales, culturales, geográficos, depende mucho de la mente del consumidor para poder adquirir un producto o un servicio y las empresas puedan implementar estrategias para el consumo de estos mismos.