



**Nombre del profesor: Aldo
Irecta**

**Nombre del ALUMNO: PAULA
MARINA AGUILAR MORALES**

Unidad:1

Materia : Mercadotecnia

MERCADOTECNIA



SEGMENTACIÓN, SELECCIÓN Y POSICIONAMIENTO DE MERCADOS: ESTRATEGIAS CLAVE EN MARKETING

son estrategias de marketing que ayudan a las empresas a conocer a su audiencia y a adaptar sus productos y servicios.

SEGMENTACIÓN

Consiste en dividir el mercado en grupos homogéneos de consumidores

Se basa en características como la edad, el género, el nivel de ingresos, el tipo de vivienda, entre otras. Permite a las empresas identificar las necesidades de los clientes.



SELECCIÓN

Se refiere a elegir los segmentos de mercado que serán los objetivos de la empresa. Se basa en la relevancia del segmento para el negocio y las oportunidades de crecimiento que ofrece.

POSICIONAMIENTO

Consiste en crear una imagen distintiva para un producto o servicio. Se basa en la propuesta de valor única del producto o servicio. Permite a las empresas destacar en un mercado competitivo.



ESTAS ESTRATEGIAS PERMITEN A LAS EMPRESAS:

- Adaptar su oferta y su estrategia a las necesidades de su mercado
- Comunicar de manera efectiva su propuesta de valor
- Construir relaciones sólidas con sus clientes
- Enfrentar menos competidores en un segmento específico
- Obtener una ventaja competitiva considerable

La segmentación de mercado es el proceso de dividir el mercado en grupos de consumidores con características similares, mientras que el targeting (o selección de mercado) es el proceso de seleccionar uno o más de estos segmentos, y desarrollar productos y campañas de marketing que se dirijan a ellos.

