

# UDS

**NOMBRE DE ALUMNO: ITZEL ABIGAIL TLAMANI LOPEZ**

**NOMBRE DEL PROFESOR: ALDO IRECTA CANCINO**

**NOMBRE DEL TRABAJO: SUPER NOTA**

**MATERIA: MERCADOTECNIA**

**GRADO: 5TO CUATRIMESTRE**

**GRUPO: LAN**

# QUE ES LA SEGMENTACIÓN?

La segmentación es un proceso mediante el cual se divide un mercado amplio en grupos más pequeños de consumidores con características, necesidades o comportamientos similares. Esto permite que las empresas enfoquen sus estrategias de marketing y ventas en cada segmento de manera más efectiva, ofreciéndoles productos, servicios y mensajes adecuados a sus intereses.



## Tipos de Segmentación

### 1. Segmentación Demográfica

Se basa en características de la población como edad, género, nivel socioeconómico, educación, estado civil, etc.

Ejemplo: Una marca de pañales se dirige a padres con bebés entre 0 y 3 años.

### 2. Segmentación Geográfica

Divide el mercado según la ubicación, como país, región, ciudad o clima.

Ejemplo: Una empresa de ropa vende abrigos en países fríos y ropa ligera en zonas cálidas.

### 3. Segmentación Psicográfica

Se enfoca en los valores, estilos de vida, intereses y personalidad de los consumidores.

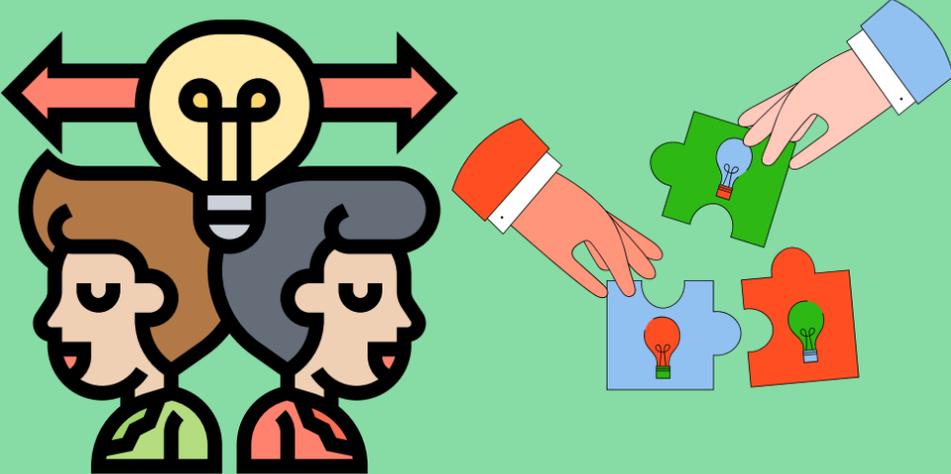
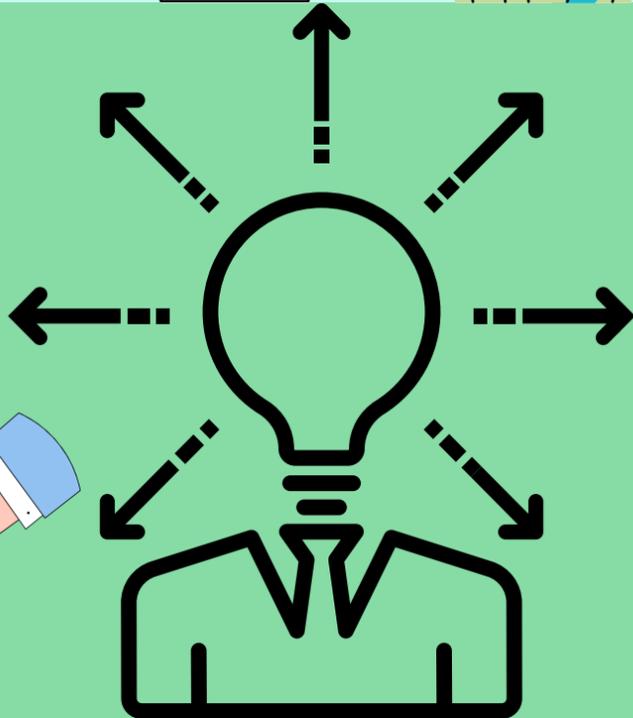
Ejemplo: Una marca de alimentos saludables se dirige a personas interesadas en el fitness y la alimentación equilibrada.

### 4. Segmentación Conductual



# SELECCIÓN.

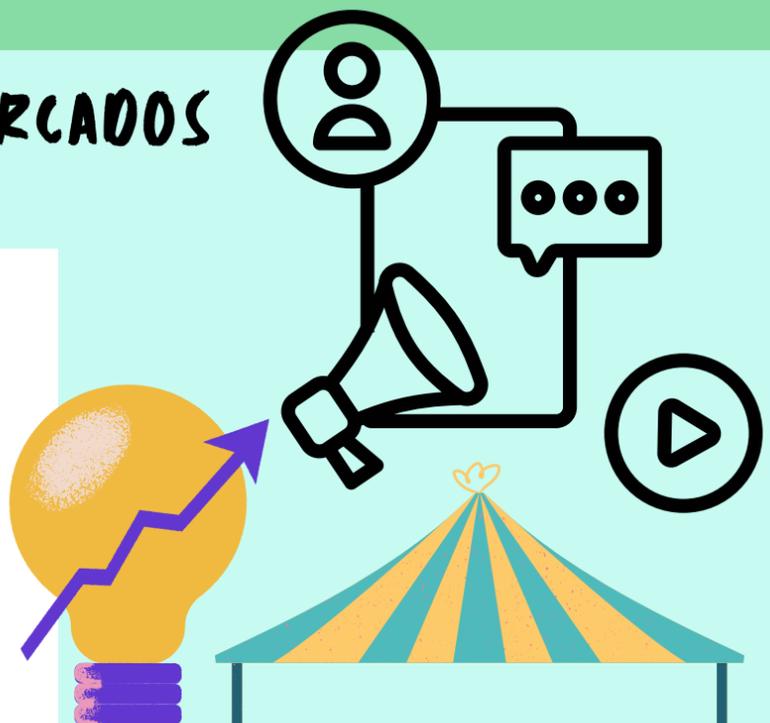
La selección es el proceso mediante el cual se elige una opción entre varias alternativas. Se aplica en diferentes áreas, como la toma de decisiones, el reclutamiento de personal, la elección de productos o servicios, y muchos otros contextos.



# POSICIONAMIENTO DE MERCADOS

El posicionamiento de mercados es la estrategia que utilizan las empresas para diferenciar su producto o servicio en la mente del consumidor, logrando que sea percibido de una manera única y deseada en comparación con la competencia.

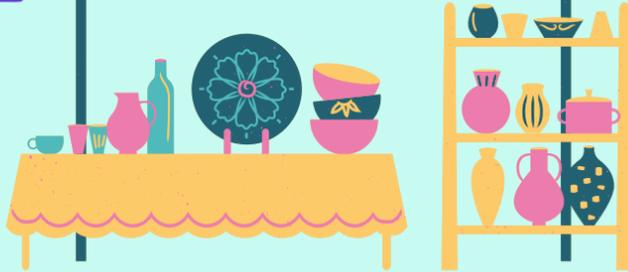
Es decir, es la imagen, percepción o idea que los clientes tienen sobre una marca en relación con otras dentro del mercado.



## Importancia del Posicionamiento

Un buen posicionamiento permite:

- ✓ Que los clientes reconozcan y prefieran tu marca.
- ✓ Diferenciarse de la competencia.
- ✓ Justificar precios (productos premium vs. económicos).
- ✓ Atraer al público objetivo adecuado.
- ✓ Construir lealtad y confianza en la marca.



## Tipos de Posicionamiento

### Posicionamiento por Precio 💰

Se basa en ofrecer precios bajos (estrategia de costo) o precios altos para transmitir exclusividad.

Ejemplo: Walmart (bajos precios) vs. Rolex (lujo y exclusividad).

### Posicionamiento por Calidad o Prestigio ⭐

Se enfoca en destacar la calidad superior del producto.

Ejemplo: Apple se posiciona como una marca premium en tecnología.

### Posicionamiento por Beneficio o Diferenciación 🎯

Se centra en una característica única que haga al producto especial.

Ejemplo: Colgate se posiciona con la promesa de "máxima protección para los dientes".

### Posicionamiento por Uso o Aplicación 🧰

Se promueve el producto para un uso específico.

Ejemplo: Gatorade como bebida ideal para deportistas.

### Posicionamiento por Público Objetivo 👤

Se dirige a un segmento de mercado específico.

Ejemplo: Baby Dove está enfocado en el cuidado de la piel de los bebés.

### Posicionamiento Comparativo ⚖️

Se posiciona en relación con la competencia, resaltando ventajas.

Ejemplo: Pepsi se ha posicionado muchas veces en comparación con Coca-Cola en sus campañas publicitarias.

