



# CUADRO SINOPTICO

*Nombre del Alumno: CECCIA MARIAN DELGADO GONZALEZ*

*Nombre del tema: SEGMENTACION DEL CONSUMIDOR*

*Parcial: 5*

*Nombre de la Materia: COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR*

*Nombre del profesor: LEGMY YANET SANTIZO ESPINOSA*

*Nombre de la Licenciatura: LAE*

# SEGMENTACION DEL CONSUMIDOR

## Mercado

Un accionista piensa en el mercado de valores.

Un ama de casa lo asocia con el lugar donde compra.

En economía, es el punto de encuentro entre oferentes y demandantes, donde se fijan precios.

Se necesitan tres elementos:

- Personas con necesidades y deseos
- Un producto o servicio
- ofertantes

## Tipos de mercado



desde el punto de vista geográfico

Se refiere a la **ubicación física o alcance del mercado** (mercado de dinero, mercado de turismo, mercado de capitales o bienes).

desde el punto de vista del consumidor

Se enfoca en **quién compra y para qué** (mercado del consumidor, mercado del producto, mercado del revendedor, mercado de gobierno, mercado internacional).

## Segmentación



Es el proceso de dividir un mercado en grupos más pequeños (**segmentos**) de consumidores que comparten **necesidades, deseos o características similares**.

Su objetivo principal es atender de forma más precisa las **necesidades específicas** de cada grupo de consumidores.

Se segmenta por: ingresos, zona geográfica, beneficios buscados.

# SEGMENTACION DEL CONSUMIDOR

## Estrategias de segmentación

Cuando una empresa selecciona un segmento, **renuncia a otros**, por lo tanto, debe elegir **cuál servir** estratégicamente.

Mercadotecnia indiferenciada

Mercadotecnia diferenciada

Mercadotecnia concentrada

## Razones de la segmentación de mercado

- Diversidad de mercado mexicano (amplio y heterogéneo)
- Limitación de recursos (ninguna empresa puede atender a todo el mercado)
- Diferencias en preferencias y necesidades
- Opciones estratégicas para el vendedor
- Segmentación como necesidad practica
- Objetivo final

## Implementación de estrategias de segmentación

Avances tecnológicos

Estrategias aplicables

Búsqueda de consumidores meta basada en la conducta

- Se enfoca en comportamientos de los usuarios de la web
- Permite enviar anuncios personalizados
- MICRO búsqueda de consumidores meta.



# SEGMENTACION DEL CONSUMIDOR



Segmentación según posición económica

El ingreso es una variable esencial

Combinación con otras variables

Relación entre educación, ocupación e ingresos

Ocupaciones como criterio de ocupación

Aplicación en la mezcla de marketing

Enfoque estratégico

Segmentación geográfica del consumidor

Divide el mercado por localidades.

Importancia para los mercadólogos (conocer que productos o servicios ofrecer)

Variables dentro de una localidad (tipo de zona, clima)

Ventajas de segmentar geográficamente (detectar diferencias rápidas y claras)

