



SEGMENTACIÓN DE MERCADO



- ¿Quién es tu cliente?
- ¿Cuáles son las características de estos clientes?



Recuerda que:

- Los clientes son el corazón de cualquier modelo de negocio, ya que sin ellos ninguna empresa puede sobrevivir mucho tiempo.
- Puede haber uno o más grupos de clientes. Debemos agruparlos en base a sus características comunes, para satisfacer mejor sus necesidades.
- Hay diferentes tipos de mercados según la segmentación de clientes:
 - Mercado masivo
 - Mercado de nichos
 - Mercado segmentado
 - Mercado diversificado
 - Plataformas o mercados multilaterales



No olvidéis que el comité evaluador valorará:

- Definir con claridad quién es vuestro cliente objetivo.
- Diferenciar los segmentos de clientes, si dichos segmentos existen, o justificar con claridad su inexistencia.



Caso práctico, IOIKAN:

Su público objetivo son los aficionados a las tablas long. Las características de este colectivo pueden resumirse en:

- Personas jóvenes
- Valoran la exclusividad en el diseño



IMPULSA

ABC
www.abc.es

PATROCINAN

ABENGOA

COLABORAN

HESIC
Instituto de Estudios y Estudios de Consumo