

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

La segmentación de mercado es el proceso, como su propio nombre indica, de dividir o segmentar un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes, la segmentación de un mercado se puede dividir de acuerdo a sus características o variables que puedan influir en su comportamiento de compra. Estos segmentos son grupos homogéneos.

Debido a esta similitud dentro de cada grupo, es probable que respondan de modo similar a determinadas estrategias de marketing. La segmentación sirve para determinar los rasgos básicos y generales que tendrá el consumidor del producto, teniendo en cuenta que el mismo no va dirigido para todo público, sino para el público objetivo identificado.

En nuestra producción ya que utilizaremos pegatinas para facilitar el uso de los productos, no lo consumirán todo tipo de clientes, sólo lo utilizarán las personas que tengan dificultades para poder leer en nombre del producto en la letra pequeña que aparece en la caja de los medicamentos, las personas ancianas que se les facilitará el uso de estos ya que al día consumirán más de un medicamento y al ser muchas cajas de la misma forma, tamaño y letra pueden confundirse fácilmente, y cualquier otras personas que les parezca que es una manera más cómoda de identificar cada medicamento.

Hay diferentes tipos de mercados según la segmentación de clientes:

- Mercado Masivo: hace referencia a las masas, se les interpreta a un grupo de consumidores muy alto, "consumidores en masa", donde se tiene mucha oportunidad de venta, de allí que se tenga mucha oportunidad de fabricación y de distribución, pero en conciso mercado masivo es un mercado meta o un grupo de consumidores muy grande. En nuestro caso, no es un mercado masivo ya que sólo lo produciremos nosotros y son pegatinas especializadas que requieren mucha oportunidad de venta fabricación y consumición pero no de un grupo de consumidores grande, sino reducido.



Mercado de nichos: es el espacio en el cual se encuentran a potenciales compradores o usuarios de un producto o servicio y que se identifica por parte del vendedor o promotor de una tendencia o producto, facilitando la comunicación y mejorando el direccionamiento de la misma. Que en nuestro caso no utilizaremos este tipo de mercado ya que para encontrar a nuestros consumidores tendríamos que promocionarnos como por ejemplo crear un anuncio para la televisión y eso supondría un gasto muy grande del que no disponemos.

-Mercado segmentado: es el proceso de subdividir un mercado en subconjuntos distintos de clientes que se comportan de la misma manera o que presentan necesidades similares. Cada subconjunto se puede concebir como un objetivo que se alcanzará con una estrategia distinta de comercialización. Los clientes que compren nuestras pegatinas en las cajas de medicamentos serán la mayoría personas ancianas a las que se les facilitará el uso de todos los medicamentos que tomen para que mirando el dibujo de cada pegatina les recuerden el efecto que el medicamento haga sobre ellos y así no se confundan escogiendo el producto, ya que pueden tener dificultades en distinguir o leer la letra pequeña del nombre del producto. Y, por otra parte, estarán el grupo de clientes que simplemente vean que es una facilidad más aunque no tengan ningún problema en leer el nombre de cada medicamento y compren nuestro producto. De esta manera subdividimos el mercado en subconjuntos de clientes que se representen las necesidades similares, pero a dos subconjuntos les alcanzaremos de la misma manera la comercialización.



-Mercado diversificado: es el proceso por el cual una empresa pasa a ofertar nuevos productos y entra en nuevos mercados, por la vía de las adquisiciones corporativas o invirtiendo directamente en nuevos negocios. En nuestro caso, ya que empezamos la empresa desde cero, no invertiremos en nuevos negocios y únicamente ofertaremos un producto.



-Mercado multilateral: es un mercado, donde hay oportunidades de negocio a través de participar en proyectos financiados por la Institución Financiera Internacional del Desarrollo; que centran su actividad en mejorar la calidad de vida de los ciudadanos de los países en vías de desarrollo a través de la realización de dichos proyectos y de existencias técnicas. Que sería interesante poder entrar participando en este proyecto y así con las imágenes que ofrecemos en los medicamentos en los países en vías de desarrollo habiendo tantas personas que no van a la escuela, y por lo tanto no saben leer, y no solo niños sino también adultos, se les facilitaría y sería de gran ayuda para ellos ofrecérselos.

