

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Mercado masivo: Los mercados masivos son aquellos que requieren producción en masa, en grandes volúmenes, por parte de la empresa.

Mercado nicho: Un nicho de mercado es un término de mercadotecnia utilizado para referirse a una porción de un segmento de mercado en la que los individuos poseen características y necesidades homogéneas, y estas últimas no están del todo cubiertas por la oferta general del mercado.

Mercado segmentado: La segmentación de mercado divide un mercado en segmentos más pequeños de compradores que tienen diferentes necesidades, características y comportamientos que requieren estrategias o mezclas de marketing diferenciadas.

Mercado diversificado: Una empresa que tenga un modelo de negocio diversificado atiende a dos segmentos de mercado que no están relacionados y que presentan necesidades y problemas muy diferentes.

Plataforma multilateral: Las plataformas multilaterales (en adelante, PML) son las tecnologías, productos o servicios que crean valor al permitir la interacción directa entre dos o más grupos de clientes o participantes.

El servicio de nuestra empresa está dirigido a todo el público.