

SEGMENTACIÓN DE MERCADO:

Hay diferentes tipos de mercado según la segmentación de clientes.

- 1.Mercado Masivo.
- 2.Mercado de Nichos.
- 3.Mercado segmentado.
- 4.Mercado diversificado.

Mercado masivo:

Un grupo de consumidores con necesidades y problemas similares. Es muy habitual, por ejemplo, en el sector de la electrónica en el terreno de los ordenadores personales o los Smartphones.

Mercado de Nichos:

Es un segmento de clientes muy específico que se dirige a un público muy concreto y bien diferenciado. Aquí, la propuesta de valor, los canales de distribución y las relaciones deben estar diseñados a medida del cliente. Por ejemplo, muchos fabricantes de piezas de automóvil dependen enormemente de las compras de las grandes empresas que fabrican automóviles.

Mercado segmentado:

Son modelos de negocio que distinguen entre segmentos de mercado con necesidades y problemas ligeramente diferentes. Así, algunos bancos ofrecen diferentes productos y servicios sus clientes en función del rango de capital en que se encuentran. Es decir, si depositan en el banco hasta 100.000 €, por ejemplo, les ofrecen un servicio de tipo general, mientras que si superan esa cantidad, les ofrecen un servicio más personalizado, con productos también específicos.

Mercado diversificado:

Es la clase de mercado en el cual una misma empresa ofrece productos muy diferentes a segmentos de clientes también muy distintos y no relacionados. Por ejemplo, una conocida empresa especializada en venta online de libros y discos comenzó a ofrecer alojamiento web a compañías web, diversificando completamente tanto su clientela como su modelo de negocio con una actividad totalmente diferente a la inicial.

Los segmentos de mercado definen los diferentes grupos de personas u organizaciones a los que una empresa pretende dirigirse y dar servicio.