

# SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Nuestros principales clientes son los consumidores que van a comprar nuestro producto beneficiando nuestra empresa para que tenga mayor éxito ya que si no sería de esa manera nuestra empresa fracasaría. Nuestro público objetivo van a ser los que tiene la facilidad de perder fácilmente las cosas y va a estar disponible para cualquier tipo de edad.

Puede haber uno o más grupos de clientes, pero debemos agruparlos en características comunes para satisfacer sus necesidades. Para ello diseñaremos una buena estrategia empresarial, para ello tenemos que tener claro a qué consumidores vamos a destinar nuestro producto, cómo se lo vamos a hacer llegar y cómo lo vamos a promocionar.

Podemos diferenciar diferentes tipos de mercado según la segmentación de los clientes:

-Mercado masivo: es el punto de partida de la segmentación ya que se caracteriza por producir, comunicar y distribuir masivamente un producto para todos los clientes.

-Mercado segmentado: como comentaba al principio la segmentación trata de dividir el mercado en grupos con características y necesidades semejantes.

-Mercado multilaterales: servirá para conectar a diferentes segmentos de usuarios distintos, pero independientes bajo el mismo modelo del negocio. Es decir nuestro chip tiene que tener una amplia base de los usuarios y que las acepten.