

SEGMENTACIÓN

Demográfica

Edad, género, nivel de estudios, nivel de ingresos, etc.

Geográfica

Lugar de residencia

Psicográfica

Estilo de vida, valores, personalidad, intereses

Sociocultural

Ciclo de vida familiar, clase social, valores culturales



SEGMENTACIÓN DE MERCADO

- **FACTORES DE SEGMENTACIÓN:**

DEMOGRÁFICO

- Edad
- Sexo
- Clase social
- Estado Civil

USO DEL PRODUCTO

- Lealtad del producto
- Frecuencia de compra



SEGMENTACIÓN DE MERCADO

FACTORES DE SEGMENTACIÓN:

GEOGRÁFICO:

- Área de distribución.
- Diferencias culturales.
- Movilidad geográfica.

PSICOLÓGICO:

- Personalidad.
- Estilo de vida.
- Clase social.



SEGMENTACIÓN DE MERCADO

- FACTORES DE SEGMENTACIÓN

ESTILO DE VIDA

- Grupos de referencia
- Roles sociales

BENEFICIOS DEL PRODUCTO

- Grado de satisfacción
- Percepción de marca
- Necesidades cubiertas
- Presentaciones esperadas



SEGMENTACIÓN DE MERCADO

- OBJETIVO

Ya que estamos viviendo una situación muy complicada, el objetivo de nuestra empresa es poder continuar haciendo actividades que por culpa del Covid-19 se están dejando de realizar. Así aquellas empresas turísticas que no están recibiendo ingresos podrán continuar con la empresa y no tener que cerrarlas y echar a sus trabajadores

SEGMENTACIÓN DE MERCADO



- OBJETIVO:

Ya que sabemos que la pandemia no durará toda la vida, nuestra empresa tendrá como objetivo satisfacer las necesidades turísticas de aquellas personas que económicamente no tienen tantos recursos y no pueden permitirse grandes lujos como el de viajar, por lo que nuestra empresa siempre estará a su disposición para todas las actividades turísticas que quieran hacer.

