

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

¿Qué es la segmentación de mercado? Pues bien, la segmentación del mercado es el primer paso para determinar a quién deben dirigirse los esfuerzos de marketing mediante la identificación de grupos objetivo.

Para ello, una empresa divide el mercado global heterogéneo en subáreas homogéneas. Luego desarrolla estrategias de marketing adecuadas para cada uno de estos submercados. La segmentación del mercado incluye las etapas siguientes:

- Observación del mercado
- División del mercado
- Desarrollo del mercado gracias a instrumentos de marketing adecuados

Los diferentes segmentos sirven para comprender mejor a los grupos objetivo, por lo que las necesidades, prioridades, intereses comunes y otros datos psicográficos y de comportamiento de los consumidores son fundamentales para toda estrategia de segmentación del mercado.

La segmentación del mercado permite un enfoque diferenciado hacia cada grupo objetivo que resulta en un tratamiento eficiente y exitoso del mercado.

Para lograrlo, es necesario definir el mercado global y determinar los submercados pertinentes. Si este proceso se realiza con éxito, la segmentación del mercado ofrece la oportunidad de satisfacer las necesidades de los consumidores de una manera más específica y, sobre todo, de crear ventajas competitivas.

Además, una estrategia de segmentación de mercado allana el camino para una previsión bien fundamentada del desarrollo del mercado. Esto facilita la observación de la competencia y la evaluación del lanzamiento de nuevos productos.

Con la segmentación, el investigador intenta descubrir la probabilidad de que los individuos de un segmento dado muestren un comportamiento específico. En muchos casos, un modelo predictivo se incorpora en el estudio para que los individuos puedan ser agrupados dentro de los segmentos identificados.

En nuestro caso realizar esta segmentación de mercado es algo más complicado, ya que nuestro 'público objetivo' son todos los habitantes de países subdesarrollados que no disponen de algo tan indispensable como comida o ropa limpia. Por lo tanto se podría decir que nuestra empresa está enfocada a una gran parte de la población mundial, ya que intentamos repartir nuestros recursos de manera equitativa y, a la vez, al mayor número de países posibles.

No nos importan la nacionalidad, la raza, la religión o el sexo, nuestro objetivo desde el día uno es el de llegar a todos los lugares en los que se necesite de nuestra ayuda.