

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Marketin arloan, merkatu-segmentazioa marka batek aurrera daraman marketin-estrategia bat da, produktu generikoa gainditu eta merkatuan ezaugarri bereziak dituen produktuaren bertsio ezberdin bat diseinatu eta merkaturatzeari ekiten diona.

Merkatu-segmentu izeneko kontsumitzaile talde jakin bati zuzenduz eta horrela enpresak produktu bereziarekin produktu generikoarekin baino etekin edo balio erantsi handiagoa lortuko duelakoan erosle horiek, neurri handi batean, ospitaleak eta behartsuak dira.