

6.-Relaciones con los clientes

Segmentación demográfica

Nos centramos en características objetivas como edad, género, nivel educativo e ingresos nos facilita identificar patrones de consumo básicos y establecer servicios a cada perfil

Segmentación geográfica

Lo dividimos a los clientes en función de su localización, país, región y ciudad. Es clave para nuestra empresa y negocio que dependen de factores locales, como servicios cuya demanda varía por zonas

Segmentación psicográfica

Analizamos variables más profundas como intereses, valores, personalidad o estilo de vida. Nos permite comprender qué motiva a los clientes para que conecten a nivel emocional con la empresa