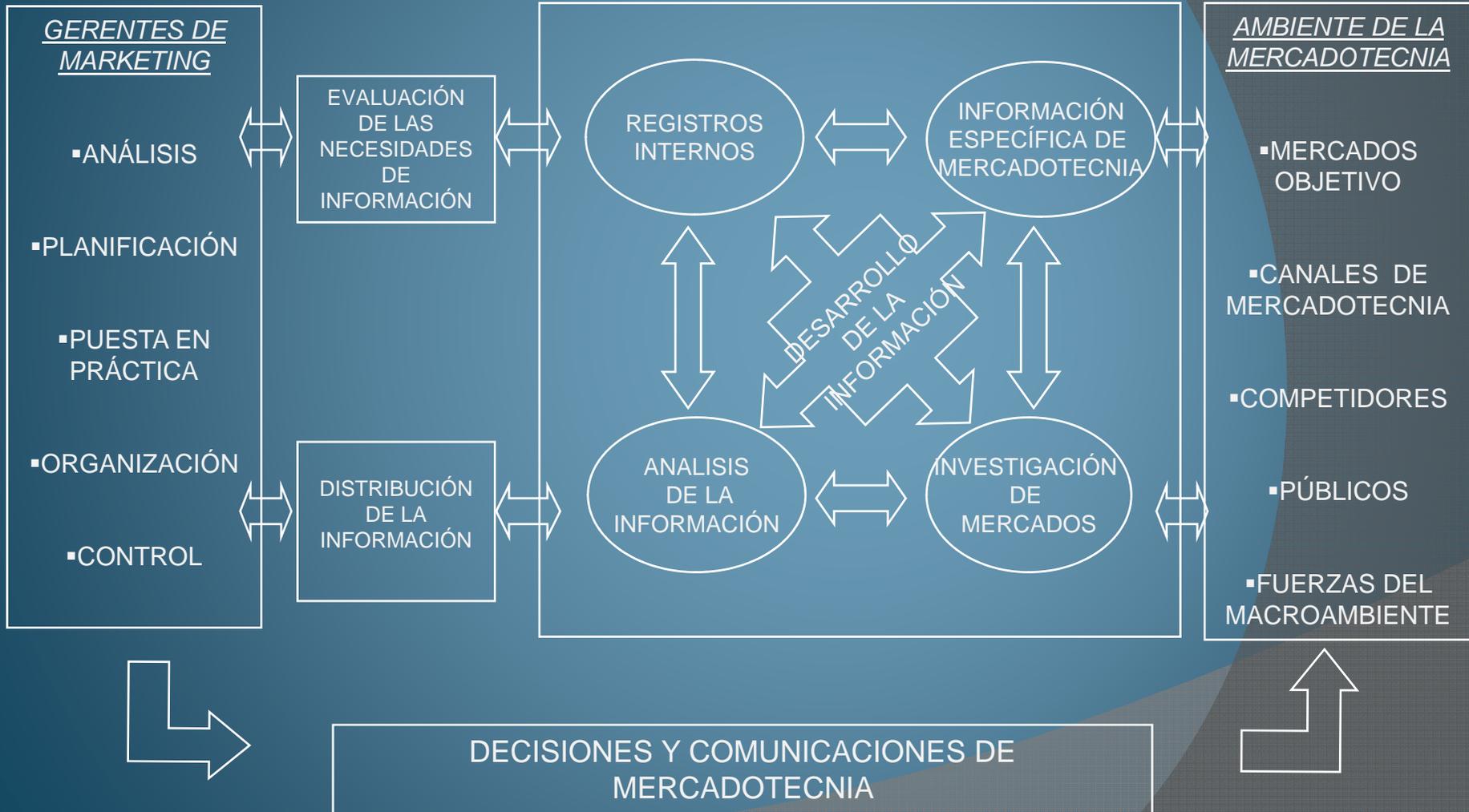


# Mercadotecnia

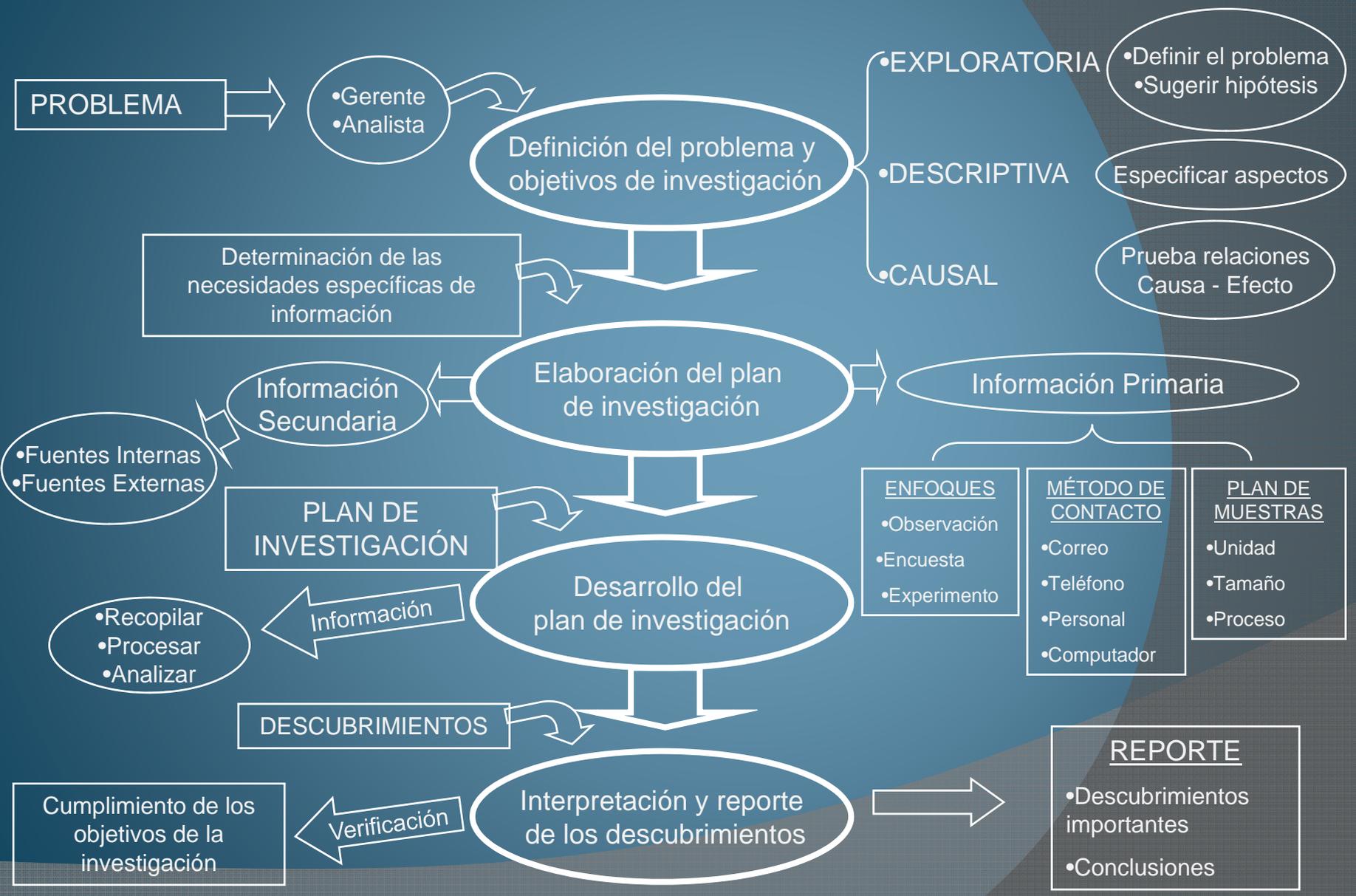
## 3.2 Estudio de Mercados.



# SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADOTECNIA



# PROCESO DE INVESTIGACION DE MERCADOTECNIA



## SEGMENTACIÓN DE MERCADOS



## ETAPAS DE LA MERCADOTECNIA



# BASES PARA LA SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

## SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA

- Naciones
- Regiones
- Ciudades
- Vecindarios

## SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA

- Edad
- Etapa del ciclo de vida
- Sexo
- Tamaño de la familia
- Ingreso
- Ocupación
- Religión
- Raza

## SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA

- Clase social
- Estilo de vida
- Características de personalidad

## SEGMENTACIÓN CONDUCTUAL

- Conocimientos
- Costumbres
- Actitudes
- Respuestas a un producto

## PASOS PARA LA SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

### SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Identificación de las bases para la segmentación del mercado.

Desarrollo de perfiles de los segmentos resultantes.

### ORIENTACIÓN AL MERCADO

Desarrollo de medidas de los atractivos de los segmentos meta.

Desarrollo del segmento o los segmentos meta.

### POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO

Desarrollo del posicionamiento para cada segmento meta.

Desarrollo de la mezcla de mercadotecnia para cada segmento meta.