

Actividad de aprendizaje II.4

Título: Segmentación del mercado

Propósito: ¿A qué segmento (s) de mercado nos vamos a enfocar?
¿Cuál en mi TARGET?

Modalidad: En equipo

Equipo no.

INSTRUCCIONES:

Lee cuidadosamente y escribe claramente lo que se solicita

- Lee cuidadosamente y escribe claramente lo que se solicita
- Guarda el archivo con el número de tu equipo y el número de la evidencia de aprendizaje, por ejemplo: Equipo3Evidencia8
- Envía tu archivo a josefina.hernandez1006@gmail.com

CRITERIO DE EVALUACIÓN:

- Esta actividad tiene un valor de: 5%

Define y describe tu TARGET

A continuación te damos pasos sencillos que pueden ayudarte a determinar tu mercado meta, mercado objetivo o TARGET

1. **Segmenta el mercado:** ¡Divide y vencerás! agrupa a los clientes que tienen características, necesidades y deseos similares. Identifica los diferentes segmentos que existen para tu bien o servicio. Recuerda: para realizar la segmentación es importante considerar: características geográficas, demográficas y psicográficas.

EJEMPLO:

MERCADO: CAFETERÍA

IDENTIFICACIÓN DE SEGMENTOS DE MERCADO:

- A. Mujeres entre 25 y 65 años, independientes económicamente (empleadas o con negocio propio) que deseen disfrutar de un delicioso café y vivir momentos inolvidables conversando y conviviendo con sus amigas rodeadas de un ambiente de libertad y muy relajado.
- B. Mujeres entre 25 y 45 años con hijos pequeños (0 meses a 10 años), estudiantes, trabajadoras o amas de casa que deseen tiempo para ellas y disfrutar de un delicioso café mientras están solas o acompañadas (viviendo momentos inolvidables conversando y conviviendo con sus amigas) en un ambiente sumamente seguro, de libertad, sin estrés y sin prisa.

- C. Personas de entre 25 y 65 años, mujeres y hombres con niveles de ingreso medio alto y alto, que valoren la experiencia de tomar un café en un ambiente amigable, tranquilo y sin prisa, personas innovadoras e independientes que buscan socializar y que son dueñas de su tiempo y cómo lo consumen.

2. Después de realizar la segmentación, **analiza cada uno de los segmentos cuidadosamente**. Para que los segmentos sean útiles deben ser: **Mensurables (medibles), sustanciales, accesibles, diferenciables y accionables**.

3. **Decide a cuál o cuáles segmento (s) de mercado deseas enfocarte**; para esto debes tomar en cuenta **la capacidad, características, y las oportunidades que tiene tu empresa para satisfacer a los segmentos elegidos**.

Siguiendo con el ejemplo, el segmento (TARGET) al que nos enfocaremos es:

Personas de entre 25 y 65 años, mujeres y hombres con niveles de ingreso medio alto y alto, que valoren la experiencia de tomar un café en un ambiente amigable, tranquilo y sin prisa, personas innovadoras e independientes que buscan socializar y que son dueñas de su tiempo y cómo lo consumen. Este segmento se compone de aproximadamente _____ personas.

4. Ese segmento de mercado que elegiste se ha convertido en tu TARGET. Ahora deberás **estudiar a profundidad tu mercado meta** para crear las mejores estrategias de marketing que te ayuden a adecuar tanto los productos y servicios. Recuerda que la mejor manera de satisfacer a tus clientes es conociéndolos.



Ahora, enfócate en tu proyecto y contesta lo siguiente:

1. Identificamos los siguientes segmentos de mercado (grupos de interés):

2. Analizando los segmentos anteriores, hemos decidido que nuestro target/mercado meta es: