

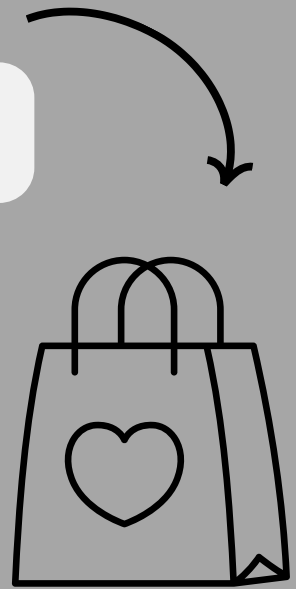
"Segmentación de Mercados y el Comportamiento del Consumidor"

EL CONSUMIDOR COMO INDIVIDUO, INDUSTRIA Y ORGANIZACIÓN.

Consumidor

Según Solomon (2008) "Un consumidor es una persona que identifica una necesidad o un deseo, realiza una compra y luego desecha el producto" (p. 8).

01



02

Segmentación

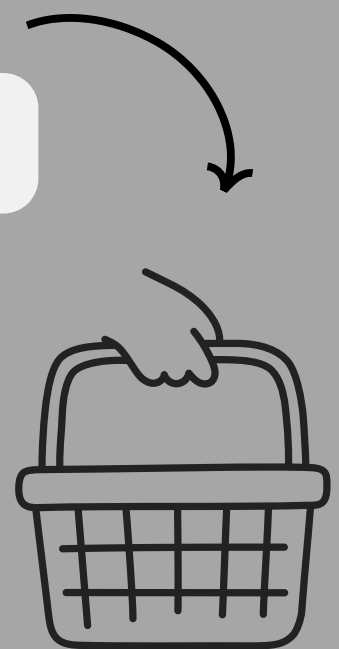
Segun Philip Kotler (2013) "Segmentar es analizar e identificar los perfiles de grupos de consumidores que pueden necesitar diferentes productos o diferentes estrategias de marketing..."



Segmentación de mercados

Es la separacion de un mercado en segmentos de compradores con necesidades, características y comportamientos distintos, que podrían demandar productos o servicios específicos (kotler,año).

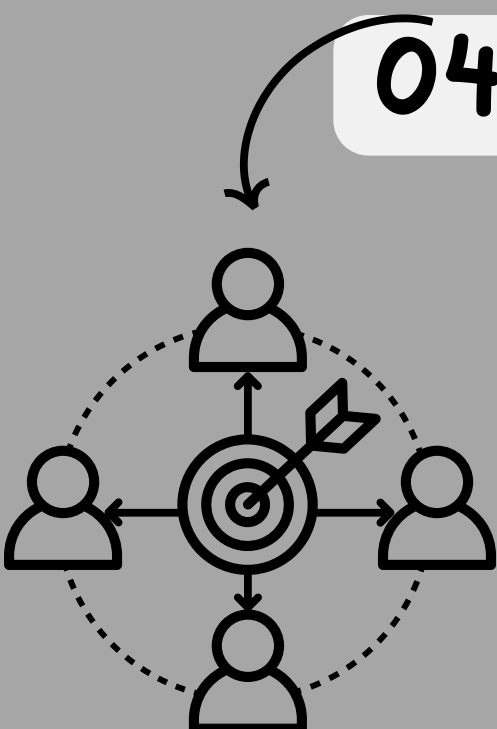
03



04

¿Base a qué se segmenta el mercado?

El mercado se segmenta en base a características como la demografía, la geografía, el comportamiento y los psicográficos (kotler,2013).



Segmentación psicográfica

04

Es la separación del mercado en diversos segmentos según las clases sociales, los estilos de vida o las características de la personalidad (Kotler, 2013).



04

Perfil psicográfico del consumidor

El perfil psicográfico describe las características y las respuestas de un individuo ante su medio ambiente como; agresividad o pasividad, resistencia o apertura al cambio, necesidad de logro, etcétera (Vanessa Klainer, 2002)



REFERENCIAS

Klainer V. (2002). Segmentación psicográfica, conociendo al consumidor. [PDF] <http://segmento.itam.mx/Administrador/Uploader/material/Segmentacion%20Psicografica,%20Conociendo%20al%20Consumidor.PDF>

Kotler, P. (2013). Fundamentos del marketing. [PDF] Ed. PEARSON EDUCACION, Mexico. https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf

Gómez, M. S., y Sequeira M. L. (2015). Estudio del Comportamiento del Consumidor. <https://repositorio.unan.edu.ni/id/eprint/3924/1/3084.pdf>