

## Estudio Segmentación de Mercados

Los estudios de segmentación de mercados se fundamentan en la necesidad de servir de la manera más adecuada a los consumidores, reconociendo explícitamente que no todos tienen las mismas necesidades. Los mercados están segmentados y es nuestra tarea identificar dichos segmentos y caracterizarlos. La segmentación puede basarse en diversas variables, tales como: demográficas, hábitos de uso, beneficios recibidos, psicográficas y estilos de vida.



### Beneficios

- **Determinar los segmentos más atractivos** para mercadear los productos o servicios de la empresa.
- Ofrecer una **propuesta de valor diferenciada** por segmento de clientes.
- **Incrementar las ventas** en los segmentos de clientes más atractivos.
- **Identificar potenciales clientes** para los productos de la empresa.
- Desarrollar **nuevos productos adaptados a las necesidades** de cada segmento
- Facilitar el desarrollo de **mensajes comunicacionales con las audiencias objetivo**

### ¿Cómo se hace el estudio?

Datanalisis ha desarrollado una metodología propia para el desarrollo de la Segmentación de Mercados, con base en las siguientes etapas:

- 1. Reunión de Kick-off y taller de trabajo:** se exige un involucramiento de la empresa, al ser una tarea estratégica, así como la preparación de actividades previas.
- 2. Fase Cualitativa:** que busca profundizar en la definición de las variables clave.
- 3. Fase Cuantitativa:** no es un ejercicio meramente estadístico. Exige la utilización de diversos enfoques y del sentido común.

### Metodología

Teléfono: (0212) 630.93.00

 @Datanalisis

 [info@datanalisis.com](mailto:info@datanalisis.com)