**Importancia de la segmentación de mercados**

**Instrucción:** realizar interactividad de 3 secciones con la plantilla: Edge\3 items\triangulo\_margenes. Va título + introducción + instrucción + la interactividad.

**Todas las personas manejan necesidades y preferencias distintas a la hora de consumir productos, la segmentación ayuda y contribuye a la toma de decisiones, a definir los objetivos del *marketing* y a optimizar recursos.**

***Haz clic en cada título para conocer más:***

1. **Ventajas de la segmentación**

1. Identifica grupos de clientes con necesidades similares, analizando sus características y comportamientos de compra.

2. Proporciona información que ayuda a diseñar mezclas de *marketing* específicas para los deseos del segmento.

3. Ayuda a conseguir los objetivos de la organización, al tiempo que satisface las necesidades de los clientes.

2. **Esquema de segmentación**

**Un esquema de segmentación debe contar con cuatro criterios básicos para que el segmento escogido sea útil a la empresa:**

1. **Sustancialidad.** Debe ser amplio para que se pueda desarrollar y mantener la mezcla de *marketing*.
2. **Posibilidad de identificación y medición.** Los segmentos deben proporcionar facilidades para medirlos e identificarlos.
3. **Posibilidad de accesibilidad.** Que permita llegar al segmento escogido con mezclas de *marketing* personalizadas.
4. **Capacidad de respuesta**. Que el segmento escogido responda en forma similar a los criterios de segmentación dada.

**3. Ejemplo de segmentación**

Para la segmentación de mercados se han de utilizar variables que agrupen a los individuos del mercado general en conjuntos más pequeños y específicos y, que obedezcan a las características propuestas por la organización. Las variables escogidas pueden ser varias o una sola, por ejemplo: encontrar un segmento de individuos entre 18 y 25 años, con un nivel educativo igual o superior a educción media y de estrato socioeconómico medio. O, segmentar solamente por individuos entre 18 y 25 años.