

Mercado y segmentación de mercado.

aprendido:

En la práctica se conocen diferentes definiciones de mercado; estas varían de acuerdo en el área de consumidores y o los criterios de los autores.

Como objeto de la mercadotecnia, o un mercado son los consumidores reales y potenciales de un producto o servicio.

- La presencia de uno o varios individuos con necesidades y deseos por satisfacer.
- La presencia de un producto que puede satisfacer esas necesidades.
- La presencia de personas que ponen los productos a disposición de los individuos con necesidad.

Ya que también se puede hablar de mercados reales.

Ejemplo de tipos de mercado.

* Mercado de dinero:

Es aquel en que hay una interrelación entre una persona que necesita dinero para invertir.

Mercado de turismo

Es aquel que está formado por mercado nacional y extranjero que requieren un servicio turístico y que pueden adquirir el todo clase de productos en el territorio nacional.

Mercado de capitales

Es aquel en el que la gente compra algo para darle valor a medida de que pasa el tiempo.

Tipos de mercado desde el punto de vista geográfico.

Mercado internacional: Es aquel que comercializa bienes y servicios en el extranjero.

Mercado nacional

Es aquel que efectúa intercambios de bienes y servicios en todo el territorio extranjero.

mercado regional

Es aquel que cubre zonas geográficas determinadas libremente, que no coinciden de manera necesaria.

mercado metropolitan

Cubre el área de dentro y alrededores de una ciudad relativamente grande.

mercado local: puede desarrollarse en una tienda establecida o en un centro comercial.

Tipos de mercado desde el punto de vista del cliente

mercado del consumidor

En este tipo de mercado los bienes y servicios son rentados o comprados por individuos para su uso personal, no para ser comercializados.

+ Mercado del productor Industrial.

Es el que está formado por individuos y organizaciones que adquieren productos, materias primas y servicios para la producción de otros bienes y servicios.

Mercado del revendedor:

Es el conformado por individuos y organizaciones que obtienen utilidades al revender o rentar bienes y servicios.

Este mercado se denomina también de distribución o comercial.

Mercado del Gobierno

Es el mercado en el que está conformado por las instituciones del gobierno o del sector público que adquieren bienes o servicios para llevar a cabo las principales funciones las cuales deben que tienen fines de fomento fundamental de tipo social.

Es el mercado donde el gobierno desempeña una amplia demanda de actividades.

4 Estrategias de segmentación de mercado.

Cuando se selecciona una segmentación de mercado se está renunciando a otros y la empresa es la única que puede tomar decisiones respecto al cual segmento de mercado le servirá para hacerlo existen algunas estrategias.

Marketing indiferenciado

La empresa no divide sus esfuerzos hacia un solo segmento del mercado ni responde al resto y se conoce como un solo grupo.

Cuando queda la segmentación.

Dice que la segmentación es efectiva pero que siempre y cuando se lo quiere la empresa que se fija la empresa y se obtenga la información deseada.

El problema que provoca la segmentación insuficiente está relacionada con la situación del país.

Caso 1.

¿Qué factores serían importante con relación para resolver el problema de segmentación?

• Muy creo que los factores podrían ser la edad por ya que en dicho caso se toma muy en cuenta el ambiente que se trata de crear con bebidas alcohólicas donde se sabe que solo puede aplicarse para mayores de edad ya que si no se hacen pues se estaría aplicando la ley y esto ríen cometiendo un delito grave.

• También el horario que se maneja en dicho bar es a las 21:00 horas es adicional donde solo podrían persona mayores que ya no dependan de sus papás por lo económico y como se habla de una bebida que es caro ya que en ahí donde no tomar cuenta que los personas que quieren consumir bebida alcohólica tienen o poder acceder con su poder para consumir.

• Otro factor es el que no todos los jóvenes por mucho mayor que son e independiente tener visto de poder probar la bebida alcohólica, entonces en ahí donde se

procede definir a que personas serán distribuidos el producto.

B) Indique cual sería el segmento de mercado más apropiado para el fincino momento de esto ¿an y porque?

El mercado del consumidor ¿por que? porque aqui va la controversia entre conocer el mas apropiado, ya que trata de un producto para el consumo o uso personal. Entonces en ali donde realiza su función el mercado del consumidor.

Caso 2.

A) Determine qué factores debieron favorecer en la nueva segmentación de mercado?

Antecedentes: Por qué y el que ayudaron a extender la seguro a otros países y dueños y compañías internacionales del país como, el bur, la tarin y estatutos para que así por empresa tenga una ventaja más para expandir su mercado dentro de su margen geográfico.

B) Según este caso ¿cuáles son las razones esenciales para segmentar el mercado?

* Son beneficiarios según los indicados al sistema de seguro, señalando su relación

* Pueden asegurarse todos aquellos personas que gozan de buen estado de salud.

* El propósito es caso de accidente o deceso de brindar la posibilidad de seguir estudiando y trabajar.

¿Cuáles son las ventajas y desventajas al segmento de mercado?

* ventajas:

- ✓ aumenta el mercado, mayor ingreso
- ✓ aumento de empleo
- ✓ conversion funeraria etc...
- ✓ se puede hacer una mejor distribución geográfica
- ✓ se puede acordar con el cliente una nueva forma de cobro que puede ser mediante consignación bancaria.

* desventajas:

- ✓ si la empresa no selecciona el segmento adecuado puede incurrir serios inconvenientes
- ✓ Competencia