

Què significa segmentar el mercat?

Vol dir dividir els clients potencials en grups amb característiques similars.

Criteris per segmentar el mercat

- **Segmentar geogràficament** vol dir dividir el mercat segons **zona**, ciutat, barri, clima o la ubicació física dels clients.
- **La segmentació demogràfica** consisteix a dividir el mercat segons característiques objectives de les persones, com ara l'edat, el gènere, el nivell d'estudis, la situació familiar o els ingressos.
- **Segmentar psicogràficament** vol dir dividir els clients segons el seu estil de vida, valors, actituds o interessos personals.
- **La segmentació conductual** es basa en el comportament dels consumidors, com ara la freqüència de compra, la fidelitat a una marca, les motivacions que busquen o l'ocasió d'ús.



D'on podem treure dades per segmentar el mercat?

➤ La informació per segmentar pot ser de fonts internes o externes

Fonts Internes

- Bases de dades de clients
- Dades del TPV

Fonts externes

- Recerca a Google i xarxes socials
- Observació
- Anàlisi de la competència



Passos per escollir un segment de mercat

- **Analitza** la mida i el potencial de cada segment
- **Avalua** la rendibilitat de cada segment
- **Estudia** si pots arribar-hi fàcilment
- **Comprova** si encaixa amb el teu negoci i valors
- **Selecciona** el segment (o segments) objectiu
- **Dissenya** l'estratègia específica per a aquest segment

Segmentar et permet vendre millor, amb menys esforç i més precisió.

