FICHA 2160566 CALIBIO V. LA SABANA EMPRENDEDORES EN TURISMO, EVIENCIA TALLER VARIABLES DE MERCADO POR LOS APRENDICES VALENTINA MERA, VICTORIA EUGENIA HERNANDE, PAULO MERA CELULAR 3118312236

TALLER

VARIABLES DE MERCADO

Valentina Mera Hernández, Victoria Eugenia Hernández Millán, Paulo Miguel Mera.

CASO 1Una empresa que realiza herramientas para aventureros amantes de la naturaleza necesita realizar una campaña publicitaria, para esto, los mercadologos de la empresa necesitan enfocar su mercancía a estos aficionados a través de la segmentación de mercados.

Para que su publicidad sea efectiva busca enfocarse a este mercado segmentado, que corresponde a las características de los aventureros, y realizan campañas en medios relacionados al tema, como puede ser una revista de aventura.

- Para nosotros en este caso se representa la micro segmentación psicografica ya que el perfil que busca son de personas aventureras y amantes de la naturaleza, conductas y pensamientos a fines con este segmento

CASO 2

Una compañía de productos higiénicos lanza un producto especialmente para la mujer, de esta forma esta segmentado su producto. La compañía en cuestión debe adaptar sus estrategias de Marketing en dicha segmentación de mercado.

- En este caso se utilizaría la segmentación de mercado demográfica, ya que se enfoca en un género en especial y las necesidades y demandas de este

CASO 3

Una de las formas de segmentación más presentes en los últimos tiempos son los anuncios de las redes sociales. Esto nos permite segmentar nuestro público, según su criterio que variables adoptarían para este caso.

- En este caso donde se utilizan las redes sociales, se podría tener en cuenta la edad ya que son principalmente los jóvenes los que más utilizan estos medios, las condiciones socioeconómicas de estos ya que no todos los jóvenes son amantes de la aventura y naturaleza ni tienen los medios económicos para este tipo de actividades.