

SEGMENTAÇÃO DE MERCADO



Curso Técnico em Administração
U.C.: Gestão de Marketing
Prof.: Alfredo Ribeiro Cárdenas



MARKETING

Segmentação de mercado, pra quê?

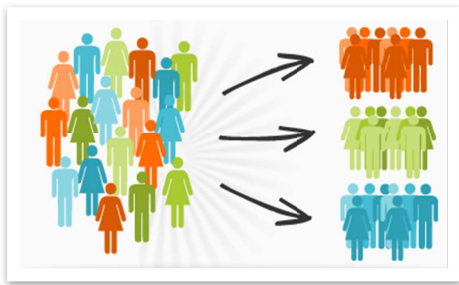


Tentar falar com todos é o mesmo que falar com ninguém na língua certa.

- ✓ Segmentação fundamenta-se na compreensão de que existem bilhões de pessoas (consumidores), com necessidades, desejos e comportamentos próprios, **mas que podem apresentar padrões de comportamento que os tornam semelhantes.**
- ✓ **Processo de Segmentação:** consiste em identificar segmentos de mercado (grupos de consumidores com características semelhantes) e escolher qual (ou quais) segmentos a organização vai buscar atender (qual será o público/mercado-alvo?).



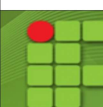
Segmentação de mercado



empresas não podem atender a todos os clientes [...] mas podem dividir tais mercados em segmentos com diferentes necessidades e desejos.

Uma empresa precisa, então, identificar os segmentos de mercado em que poderá atender com eficácia (KOTLER; KELLER, 2012, p. 227).

- ✓ O **objetivo** básico da segmentação é **concentrar esforços de marketing** em segmentos rentáveis.
- ✓ Uma proposta de valor única não consegue atrair atenção de todos, portanto possuir **um segmento-alvo específico** permite que as **estratégias** de marketing sejam **mais eficientes**.
- ✓ Torna-se possível **aprimorar a proposta** de valor **ao público-alvo** e **cobrar mais** por isso.

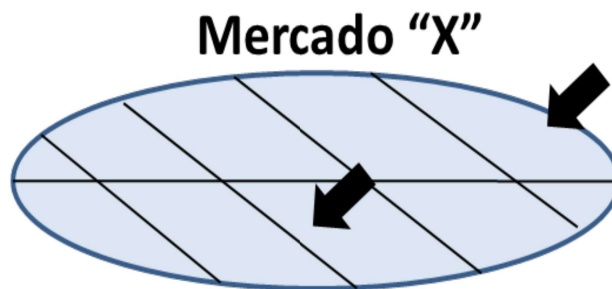


Variáveis/Critérios usados para segmentação

- ✓ **Geográfica:** relaciona-se à **localização** do consumidor (Rua, bairro, cidade, estado, país...).
- ✓ **Demográfica:** relaciona-se aos **dados censitários** do consumidor (Gênero, idade, renda, escolaridade, profissão...).
- ✓ **Psicográfica:** relaciona-se às características da **personalidade e do estilo de vida** do consumidor.
- ✓ **Comportamental:** relaciona-se ao **comportamento de consumo** (intensidade de consumo, benefício esperado, lealdade da marca...).

O processo de segmentação:

- 1º Escolha dos critérios para segmentação (geográfico, demográfico...)
- 2º Escolha de um ou mais segmentos.
- 3º Definição das estratégias de marketing para cada segmento selecionado.



Segmentação e Estratégias de Mercado

A escolha do(s) segmento(s)-alvo resultará em estratégias de mercado (ou níveis de cobertura de mercado) de uma empresa, que são:

