SENA
SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE

Nombre: N de Ficha:

Taller - Segmentación del mercado

I) Une con una línea cada imagen con su correspondiente definición



Puesto de trabajo, estabilidad laboral o nivel de ingresos



Hace referencia a los gustos, modas, estilos y carácter.



Zona donde se adquieren productos, lugar de residencia y el relieve del lugar donde se vive.



Edad, clase social, género, cultura o religión.



Saber por qué comprar y qué busca cuando se quiere algo.

LIVEWORKSHEETS

SENA
SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE

Taller - Segmentación del mercado

2) Selecciona si la afirmación es verdadera o falsa.

- Segmentación de mercado: Son espacios de intercambio entre demandantes y ofertantes que buscan satisfacer diversas necesidades.

TRUE FALSE

- Los mercados: Son procesos de marketing mediante el cual una empresa secciona diferentes aspectos del consumidor.

TRUE FALSE

- Los mercados: Son espacios de intercambio entre demandantes y ofertantes que buscan satisfacer diversas necesidades.

TRUE FALSE

- Tipos de segmentación de mercado son : Producto, Precio, Plaza y Promoción.

TRUE FALSE

- Tipos de segmentación de mercado son: Demográfica, geográfica, comportamiento del consumidor, aspectos psicológicos y económicos.

TRUE FALSE

LIVEWORKSHEETS

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE

Taller - Segmentación del mercado

3) Escriba la segmentación de mercado de los siguientes productos incluya, sexo, edad, estilo de vida. (vea el ejemplo)



Dirigido a jóvenes, hombres y mujeres, de 15 a 25 años, que les guste la música y las bebidas refrescantes





LIVEWORKSHEETS

SENA
SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE

Taller - Segmentación del mercado

3) Escriba la segmentación de mercado de los siguientes productos incluya, sexo, edad, estilo de vida. (vea el ejemplo)







LIVEWORKSHEETS