



En la segmentación de mercados y clientes, se deben tener las estrategias claras para definir el segmento al cual se esté apuntando, esto de acuerdo con las variables y criterios necesarios para alcanzar el posicionamiento en el mercado y para lograr ser competentes y versátiles; por esto, es muy importante el conocimiento de los clientes, con el fin de poder clasificarlos y prospectarlos, entendiendo las necesidades y el sector al cual pertenecen, logrando así el crecimiento y desarrollo de la empresa.

A continuación, se presenta el diagrama que representa el resumen de las temáticas que están desarrolladas en el componente formativo:

