

NETFLIX

1. CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN

- Geografía: País región
- Demografía: Edad/Género
- Socioeconómica: Ingresos
- Psicográfica: Características psicológicas y personalidad (gustos)
- Conducta
 - Necesidades y beneficios
 - Actitudes
 - Frecuencia de uso
 - Hábitos

2. ESTRATEGIA DE MARKETING MIX

- Price
 - Product
 - Promotion
 - Distribution
- Diferentes planes para diferentes segmentos. Los cobrando porque mucha gente no está dispuesto a pagar tanto.
- Ofertas dirigidas a segmentos. Cobrando porque algunos segmentos están interesados en ofertas y otros, otros.
- Redistribución local de contenidos de estudios, a través de streaming por internet.

3.

Ya que los gustos medios de cada país es muy diferente, es muy patente aumentar la especificación de los anuncios por país el papel que el estilo de consumo de cada género.

PC COMPONENTES

h. Marketing-Mix (4P)

Producto: La empresa ve un momento oportuno para introducirse en el mercado de televisores y empieza la producción de varios modelos para diferentes niveles de características.

Precio: El precio de los modelos es proporcional a las características, y en la variedad de modelos para todos los niveles, de 160€ hasta 310€.

Distribución: A través de el canal corto de componentes como, se paga, y finalmente en la warehouse local.

Promoción: A través de su propia página en la core principal, y mediante anuncios, etc.

a. Producto: Gran variedad de productos de electrónica, e informática; cantidad nacional; marcas reconocidas.

Promoción: Sorteos, publicidad, sponsorships, marketing directo, ventas.
Relaciones públicas

Precio: Basado en demanda, psicológicos, y diferenciados competitivos.

Distribución: Canal corto, con tienda física a nivel local en Alhambra, Madrid y Barcelona.
Canal postal.