*Esta herramienta pretende ayudar a las pymes a definir primero, el nicho de mercado al que desean llegar con su producto o servicio, y después a identificar los distintos segmentos de mercado que integran su nicho.*

*El nicho de mercado, el grupo de personas con necesidades comunes a los que se busca atender con el producto o servicio que se ofrece. Así primero defina el nicho, es decir primero determine cuáles son esas necesidades comunes de los clientes a los que quiere llegar y después establezca en ese grupo cuáles son los sub grupos o segmentos.*

|  |  |
| --- | --- |
| **¿Cuál es el nicho de mercado al que deseamos llegar?** | |
| *Escriba aquí el nicho de mercado que desea para su producto. Esto es, qué tipo de necesidad busca atender con su producto o servicio y un grupo similar de personas. Por poner dos ejemplos de nichos totalmente distintos y opuestos: clientes que buscan un servicio sofisticado para comprar café y alimentos. Otro ejemplo distinto sería personas que buscan un servicio fácil, económico y sencillo para comprar café y alimentos.* | |
| **Segmento de mercado 1** | |
| **Características geográficas** | *¿En qué lugar geográfico (ciudad, barrio, municipio, estado o departamento, comarca o región se encuentra la mayoría de los clientes a los que desea llegar con su producto o servicio)?* |
| **Características demográficas** | *¿Qué características demográficas tiene el grupo de personas a los que desea llegar con su producto o servicio? (Como ejemplo de qué rango de edades, qué sexo, cuál es ocupación, cuál es su religión) Estas características de usan o consideran solo en aquellos casos en los que sea necesario para el tipo de producto o servicio del que se trate.* |
| **Características socioeconómicas** | *¿Cuáles son las características socioeconómicas del grupo de clientes al que deseamos llegar con el producto o servicio que se ofrece? Ejemplo de algunas características de este tipo son, cuál es su nivel económico, cuáles son sus ingresos, cuál es su nivel educativo, se encuentra laboralmente activo o desempleado, etc.* |
| **Características psicográficas y de ocasión** | *¿Cuáles son las características psicográficas de las personas a las que pretendemos legar con nuestro producto o servicio y que pueden influir en su decisión de compra? Por ejemplo, cuál es su estilo de vida, cuál es su personalidad, o qué tanta lealtad tienen hacia un producto o marca en el mercado?* |

|  |  |
| --- | --- |
| **Segmento de mercado 2** | |
| **Características geográficas** | *¿En qué lugar geográfico (ciudad, barrio, municipio, estado o departamento, comarca o región se encuentra la mayoría de los clientes a los que desea llegar con su producto o servicio)?* |
| **Características demográficas** | *¿Qué características demográficas tiene el grupo de personas a los que desea llegar con su producto o servicio? (Como ejemplo de qué rango de edades, qué sexo, cuál es ocupación, cuál es su religión) Estas características de usan o consideran solo en aquellos casos en los que sea necesario para el tipo de producto o servicio del que se trate.* |
| **Características socioeconómicas** | *¿Cuáles son las características socioeconómicas del grupo de clientes al que deseamos llegar con el producto o servicio que se ofrece? Ejemplo de algunas características de este tipo son, cuál es su nivel económico, cuáles son sus ingresos, cuál es su nivel educativo, se encuentra laboralmente activo o desempleado, etc.* |
| **Características psicográficas y de ocasión** | *¿Cuáles son las características psicográficas de las personas a las que pretendemos legar con nuestro producto o servicio y que pueden influir en su decisión de compra? Por ejemplo, cuál es su estilo de vida, cuál es su personalidad, o qué tanta lealtad tienen hacia un producto o marca en el mercado?* |

|  |  |
| --- | --- |
| **Segmento de mercado 3** | |
| **Características geográficas** | *¿En qué lugar geográfico (ciudad, barrio, municipio, estado o departamento, comarca o región se encuentra la mayoría de los clientes a los que desea llegar con su producto o servicio)?* |
| **Características demográficas** | *¿Qué características demográficas tiene el grupo de personas a los que desea llegar con su producto o servicio? (Como ejemplo de qué rango de edades, qué sexo, cuál es ocupación, cuál es su religión) Estas características de usan o consideran solo en aquellos casos en los que sea necesario para el tipo de producto o servicio del que se trate.* |
| **Características socioeconómicas** | *¿Cuáles son las características socioeconómicas del grupo de clientes al que deseamos llegar con el producto o servicio que se ofrece? Ejemplo de algunas características de este tipo son, cuál es su nivel económico, cuáles son sus ingresos, cuál es su nivel educativo, se encuentra laboralmente activo o desempleado, etc.* |
| **Características psicográficas y de ocasión** | *¿Cuáles son las características psicográficas de las personas a las que pretendemos legar con nuestro producto o servicio y que pueden influir en su decisión de compra? Por ejemplo, cuál es su estilo de vida, cuál es su personalidad, o qué tanta lealtad tienen hacia un producto o marca en el mercado?* |