

Geografica | 2

- * Regiones del mundo o por países.
- * Comunidades Autónomas.
- * Tamaño de la ciudad.
- * Densidad.
- * Clima.

Analizar los tipos de casos que existen por países o ciudades, donde las comunidades son en volumen y la ciudad es grande para el bien de la organizacion.

Demografica | 2

- * Edad y etapa del ciclo de vida.
- * Nivel de ingresos.
- * Género.
- * Tamaño familiar.
- * Profesión.
- * Educación.
- * Religión.
- * Generación.
- * Nacionalidad.

Una pequeña encuesta nos vendría de muy buena ayuda en este paso.

Psicografia | 2

- * Clase social.
- * Estilo de vida.
- * Personalidad

Dividir el mercado en diferentes grupos de variables.

Identificadores | 2

- * Según el momento de uso.
- * Según los beneficios buscados.
- * Nivel de uso.
- * Según la frecuencia de uso.
- * Según el nivel de lealtad.
- * Según su disposición.
- * Según la actitud hacia el producto o la marca.

Dependiendo del comportamiento del cliente, existen múltiples variables. Estos pueden ser. No consumidores, Antiguos consumidores, consumidores potenciales, consumidores habituales, consumidores ocasionales, consumidores por primera vez. Por niveles podrían ser en frecuencia, lealtad y disposición.