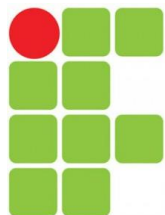


SEGMENTAÇÃO DE MERCADO



INSTITUTO FEDERAL
SANTA CATARINA

Curso Técnico em Administração – 2ª fase
U.C.: Administração Mercadológica
Prof.: Alfredo Ribeiro Cárdenas

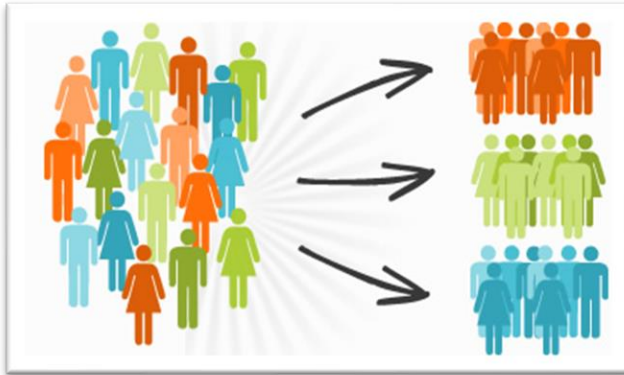
Segmentação de mercado, pra quê?



Tentar falar com todos é o mesmo que falar com ninguém na língua certa.

- ✓ A segmentação parte da compreensão de que o mundo é composto de bilhões de pessoas/compradores, com suas próprias necessidades, desejos e comportamentos, **mas que podem estabelecer um padrão de comportamento ou de necessidades que os tornam semelhantes.**
- ✓ A **segmentação consiste em identificar segmentos de mercado** (grupos de consumidores com características semelhantes) **e escolher qual (ou quais) segmentos a organização vai buscar atender** (qual será o mercado-alvo?).

Segmentação de mercado



empresas não podem atender a todos os clientes [...] mas podem dividir tais mercados em grupos de consumidores ou segmentos com diferentes necessidades e desejos. Uma empresa precisa, então, identificar os segmentos de mercado em que poderá atender com eficácia (KOTLER; KELLER, 2012, p. 227).

- ✓ O **objetivo básico** da segmentação é **concentrar esforços de marketing** em segmentos rentáveis.
- ✓ Considerando que um único produto (*proposta de valor*) não consegue atrair o desejo de todo o mundo, o conhecimento do segmento-alvo permite que as estratégias de marketing sejam mais alinhadas às expectativas do segmento almejado (maior eficiência).
- ✓ Assim, é possível adaptar melhor a proposta de valor e também cobrar mais por isso.

Segmentação/Segmento-alvo

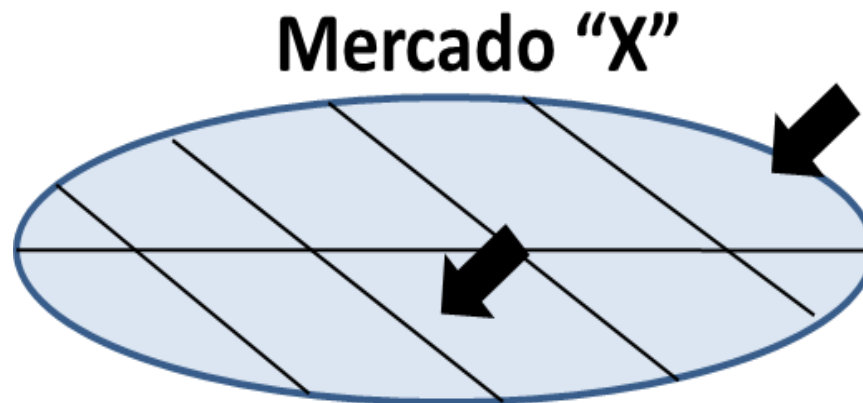
Identificação de segmentos pode ser por variáveis:

- ✓ **Geográfica:** localização do consumidor. Rua, bairro, cidade, estado, país...
- ✓ **Demográfica:** características do consumidor. Gênero, idade, renda...
- ✓ **Psicográfica:** Características da personalidade e do estilo de vida do consumidor.
- ✓ **Comportamental:** Intensidade de consumo, benefício esperado, lealdade da marca...

Segmentação/Segmento-alvo

O processo de segmentação:

- ✓ 1) Escolha dos critérios para segmentação (geográfico, demográfico...)
- ✓ 2) Escolha de um ou mais segmentos.
- ✓ 3) Definição da política de marketing para cada segmento selecionado.



Segmentação/Segmento-alvo

✓ A escolha do(s) segmento(s)-alvo resultará na **estratégia de mercado** (ou níveis de cobertura de mercado) da organização: **1** marketing de massa; **2** segmentado, ou **3** de nicho

