**Título:**

**Autor:** Fernandez Valiñas Ricardo

**Precio:** $150.00

**Editorial:**

**Año:** 2007

**Tema:**

**Edición:** 2ª

**Sinopsis**

**ISBN:** 9706861017

La mercadotecnia ha cobrado gran importancia en las últimas décadas, tanto que en las empresas de todo el mundo y en particular las latinoamericanas, la han tenido que incorporar como una actividad estratégica que les permita mantenerse en un mercado cada vez más competido.

Seleccionar el grupo de consumidores más adecuado para nuestro producto no es una tarea fácil, por el contrario, requiere de una serie de conocimientos muy amplia, desde psicología hasta cuestiones demográficas y sociales. La segmentación de mercados es una herramienta de la mercadotecnia que nos permite determinar quiénes son nuestros consumidores ideales, además, de que nos ayuda a definir claramente el mercado meta de nuestros productos, es decir, el grupo de consumidores a los cuales dirigiremos todos nuestros esfuerzos.

Este libro nos permite conocer a detalle la forma en que se utiliza y desarrolla esta herramienta; nos da a conocer las diferentes variables necesarias para segmentar un mercado, permitiéndonos aplicarlas en forma práctica y sencilla.

Por tanto, la segmentación de mercados es una herramienta indispensable para cualquier ejecutivo de mercadotecnia que quiera dirigir sus productos al sector de mercado correcto.