

LA SEGMENTAZIONE DEL MERCATO

Qual è il passaggio successivo all'individuazione del proprio mercato?

La **SEGMENTAZIONE** (per fasce d'età, per reddito, socio-demografica, per caratteristiche psicologiche, per localizzazione geografica, ecc.) del mercato.

Essa si basa su due criteri principali:

1. Il settore di riferimento
2. L'obiettivo che si intende perseguire

Perché è importante un'accurata segmentazione del proprio mercato?

1. Può influenzare il **grado di innovazione** del proprio sistema d'offerta;
2. Influenza sicuramente le **politiche di comunicazione** della propria offerta.