

# SISTEMA DE SEGMENTACIÓN PARA STARTUPS



SITUACIÓN  
CRÍTICA

MARKETING  
ESTRATÉGICO

SEGMENTO DE  
MERCADO

SISTEMA DE  
SEGMENTACIÓN

CONCLUSIONES

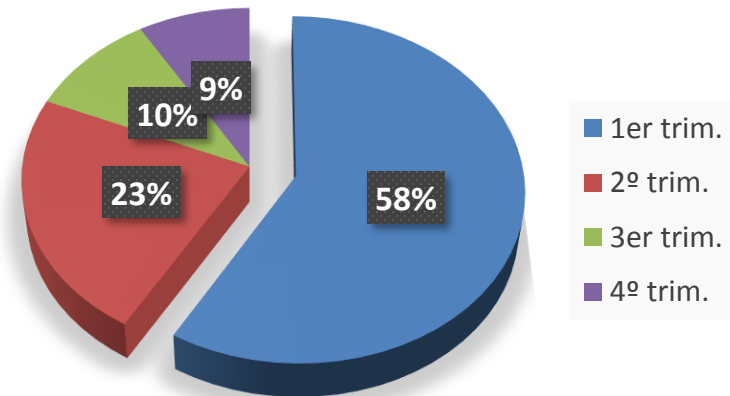
# SITUACIÓN CRÍTICA

El 70% de los estudios de mercado en planes de negocio, fueron realizados de manera lineal en formularios de investigación poco atractivos.

La tabulación de los resultados en un 90% son por pregunta y no permiten una toma de decisiones respecto al nicho de mercado hallado.



Ventas





SSPS

**¿CÓMO INTEGRAR  
ESA INFORMACIÓN?**

## PASO 1



Hombres y mujeres piensan totalmente diferente.

- Hombres son visuales prácticos enfocados
- Mujeres son auditivas globales buscan mensajes

## PASO 2



© Can Stock Photo

Existen cuatro generaciones en el mercado:

- W o baby boomers +60
- X o Yupi 40 a 60
- Y o Millennials 20 a 40
- X o Centennials -20

# SSPS

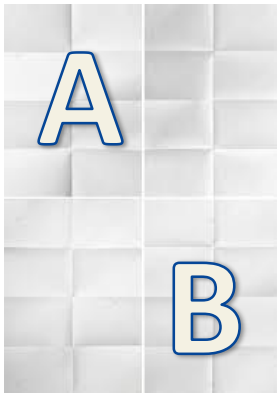
## PASO 3



Cada segmento compra en función a sus ingresos.

- +salario mínimo
- =salario mínimo
- -salario mínimo

## PASO 4



En cada segmento se escribe:

- LADO A comportamiento presente las 4ps y sus problemas que ve, oye, dice, hace y piensa
- LADO B expectativas del futuro con la solución para conocer las 4ps ideales

# APLICACIÓN



El hombre “Y” de ingresos superiores porque trabaja profesionalmente y está divorciado tiene prioridad en vestir casual a la moda para conquistar. Es cazador, visual, práctico.



La mujer “Y” con ingresos altos que estudió y emprendió tiene prioridad por su salud y proteger lo conquistado, su libertad.



# CONCLUSIONES

El SSPS permite a las startups operar en modo búsqueda de los clientes, de manera más práctica, integral y efectiva que permitirá la comprensión profunda de su cliente.



**50% Diseña nuevos**

- Formularios de percepción



**60% Adquiere**

- Habilidades de interpretación



**70% Contextualiza**

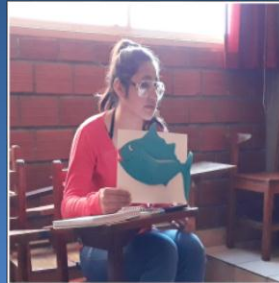
- Respecto a características culturales

# CONCLUSIONES

Los hallazgos obtenidos con el sistema han reducido tiempo, costo.

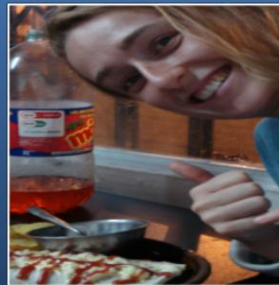
Han logrado cruzar variables desde su tabulación

Comprenden mejor los comportamientos del consumidor



50% evaluadores descubrió que existe mayor empatía

60% docentes  
Lograron resumir estrategias comerciales



70% Valida insights con mayor certeza del segmento