

FUNDAMENTOS DE MARKETING I

PRÁCTICA N º 5 – F1 Alumna: Cristina Rascón González

FECHA: 18 / 11 / 98 **CURSO:** 3º C E-2

Criterios de segmentación de El corte Inglés

Para atender las necesidades de los clientes que acuden a estos grandes almacenes, El Corte Inglés establece la siguiente segmentación de mercado:

EDAD: Es un criterio socioeconómico que determina los distintos grupos de personas a los que se dirigen sus productos. Esto es claramente apreciable en las plantas de El Corte Inglés: Planta Niños, Planta Joven, y las dos plantas especialmente dedicadas a adultos (Caballero y Mujer).

En el resto de las plantas (Deportes, Viajes, Música, Informática, Electrónica, etc.) se puede observar una diferenciación por edades respecto a la ordenación y presentación de los productos.

SEXO: Este criterio, también socioeconómico, complementa al anterior respecto a la distribución dentro de una misma planta: tanto la sección de niños como la de jóvenes separan la ropa y el calzado masculino del femenino.

Según este criterio a cada sección de adultos le corresponde una planta: Mujer y Caballero.

NIVEL DE INGRESOS: Este criterio también está relacionado con el primero porque los ingresos varían en función de la edad del consumidor. Por tanto, el gasto de éste estará condicionado por el dinero del que disponga.

CLASE SOCIAL: Éste puede enlazarse con el criterio anterior porque normalmente el pertenecer a una clase social u otra está determinado por el nivel de ingresos. Aquí podría encuadrarse el hecho de que en las plantas aparezcan distintos estantes dedicados a la comercialización de distintas marcas.