

Marketing estratégico: (2) Identificación de oportunidades

H207: Jerarquías de los mercados

La identificación de **las jerarquías de los mercados** es especialmente útil para:

- **Identificar los posibles segmentos que podrían existir en el mercado.**
- **Identificar los compradores de la empresa (directos, indirectos, etcétera).**
- **Identificar Oportunidades interesantes, susceptibles de ser explotadas, existentes en el mercado.**

De acuerdo con O'Shaughnessy, la identificación de las jerarquías en función de los beneficios, "consiste en establecer grupos diferenciados de atributos del producto mediante el uso de diagramas en los que cada línea descendente constituye un posible segmento de mercado" y, en consecuencia (añadimos nosotros) identifica cuáles son las empresas que realmente compiten en ese segmento. Uno de los ejemplos propuestos por O'Shaughnessy es suficientemente explicativo como para comprender, sin explicaciones adicionales, la mecánica del análisis.

