

الدخول في مشروع استثماري جديد يتطلب التعرف على تقسيمات السوق ونوع العملاء المحتملين من خلال دراسة أنماط وسلوكيات وخصائص مختلف المجموعات المكونة لهذا السوق. هناك مجموعة من الأسس التي يمكن استخدامها لتحقيق هدف تجزئة السوق، وعوامل أخرى كثيرة تساعد في إيجاد تصور واضح لدى المستثمر عن طبيعة العملاء المرتقبين ودوافع الشراء الاختلاف في الفئة العمرية له دور كبير في تحديد الاستجابة وردود الفعل للوسيلة الإعلانية المستخدمة في تشير الدراسات إلى أن الأثرياء أكثر قابلية واستجابة لتجربة منتجات جديدة من الطبقة الاجتماعية المتوسطة الذين يميلون إلى التركيز على ما يقدمه المنتج من وظيفة بغض النظر عن كونه منتجاً جديداً أم قديماً يعرض في السوق منذ فترة.