시장세분화는 시장을 몇가지의 유사한 그룹으로 구성되어 있다 가정하며, 각각의 세분화 된 시장에 적합한 제품을 제공하는 것을 목표로 하고 있다. 보통 시장 세분화의 변수는 지리적 변수, 인구통계적 변수, 싸이코 그래픽 변수, 행동적 변수 등을 통하여 시장을 세분화한다. 또한 타겟 시장 선정을 위해서는 ‘이익을 창출 할 수 있을 정도의 충분한 시장 규모(현재 및 미래)’, ‘미래의 수요를 고려한 잠재적 경쟁 정도’, ‘기업 목표와 표적 시장의 일치여부’, ‘기업의 능력과 자원’을 고려해야한다.