

Сегментирование рынка

Сегмент рынка – это особым образом выделенная часть рынка, группа потребителей, товаров или предприятий, которые имеют некоторые общие признаки или одинаково реагируют на те или иные виды деятельности на рынке.

Сегментирование рынка

Процесс сегментации – это метод нахождения сегментов рынка, на которые направлена маркетинговая деятельность предприятия

Сегментирование рынка

Процесс сегментации – это управленческий подход к процессу принятия фирмой решения на рынке, основа для позиционирования и выбора правильного сочетания элементов маркетинговой стратегии

Сегментирование рынка

Цель сегментации заключается не только в том, чтобы выделить какие-то особые группы потребителей, а в том, чтобы найти тех, кто сейчас (или в будущем) предъявляет различные требования к данному товару, максимально удовлетворить их запросы.

Сегментирование рынка

Сегментация любого товара (услуги) представляет собой многомерное (по различным характеристикам) деление всех потребителей (реальных и потенциальных) данного рынка на достаточно большие группы таким образом, чтобы каждая из них предъявляла особые, существенно отличные от других требования к данному товару.

Сегментирование рынка

- Сегмент – это всегда особая группа потребителей определенных товаров и услуг.
- Сегмент всегда имеет определенные требования внутри вида товара (услуги)

Сегментирование рынка

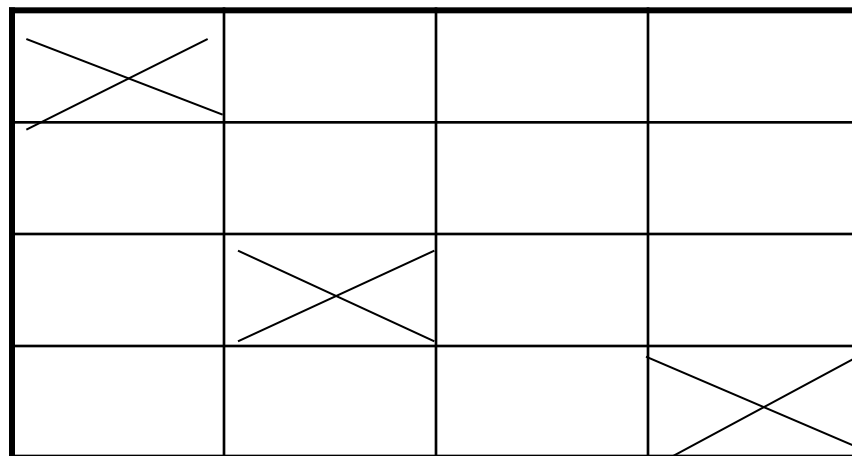
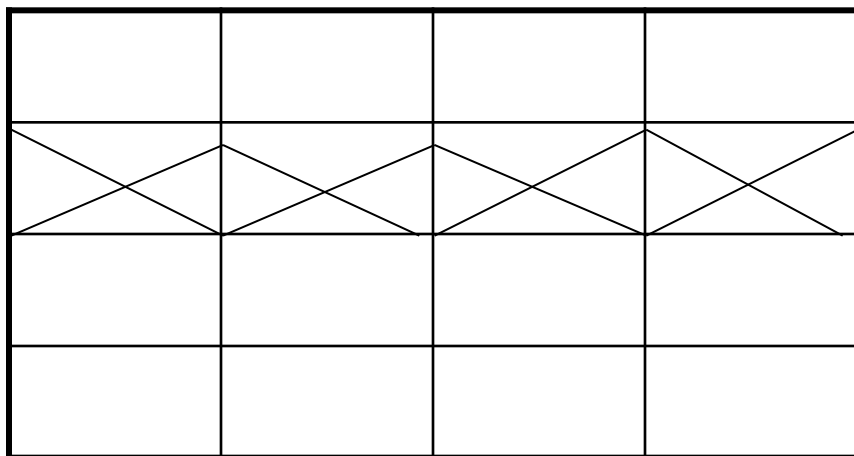
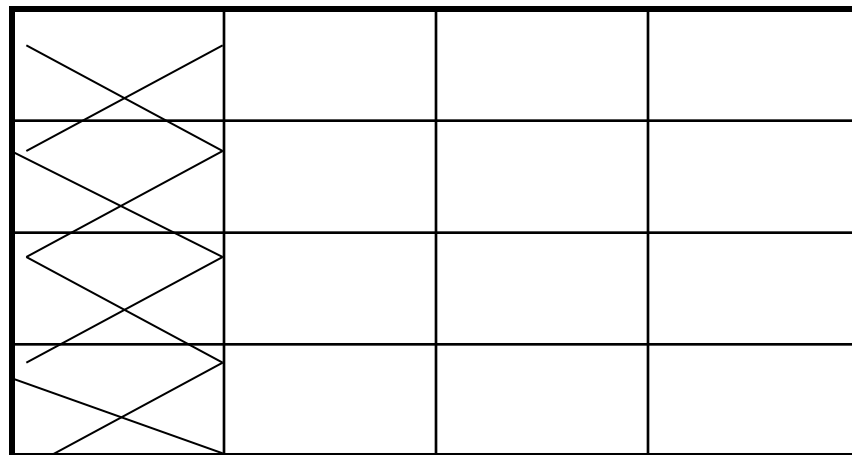
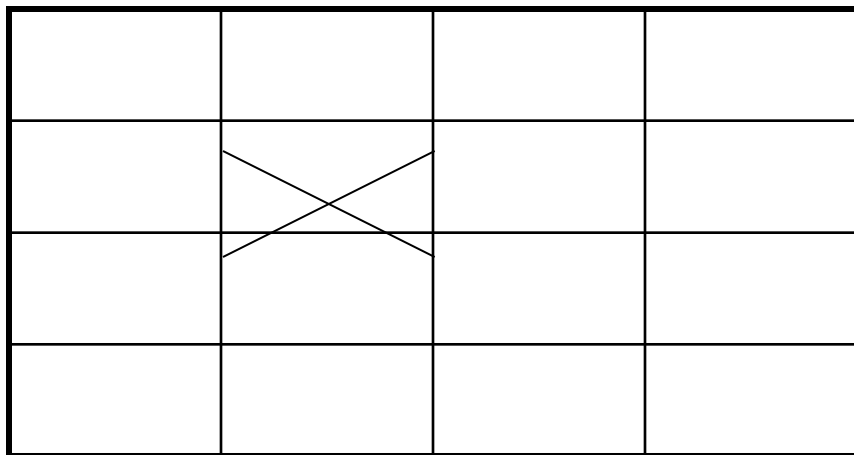
Если Вы не сумеете
правильно
просегментировать рынок, то
рано или поздно рынок
просегментирует Вашу
фирму !!!.

Схема сегментации рынка (на примере обуви)

<u>Потребность</u>				
домашняя				
повседневная				
модельная				
спортивная				
	детская	молодежная	средний возраст	пожилые

Потребитель

Стратегия с учетом сегментации



Сегментирование рынка

- Обычно используются следующие принципы сегментирования:
- Географические и климатические;
- Демографические;
- Экономические;
- Социальные и культурные;
- Личностные (психографические);
- Поведенческие.

Сегментирование рынка

Сегментация по демографическому принципу:

- **Уровень рождаемости;**
- **Численность населения (насыщенные сегменты);**
- **Пол;**
- **Возраст;**
- **Размер семьи;**
- **Национальность и раса.**

Сегментирование рынка

- Демографические принципы – самые распространенные для сегментации, так как потребности и предпочтения, а также интенсивность потребления товара часто связаны с демографическими признаками.
- Демографические характеристики легче определяются, чем большинство других переменных.

Критерии выбора сегментов

1. Доходность сегмента
2. Конкурентная обстановка в сегменте
3. Доступность каналов сбыта
4. Эффективность товародвижения
5. Рекламные возможности
6. Возможности сервиса
7. Технологические трудности работы в сегменте

Сегментирование рынка

- Целевой рынок (Target market) – это весь рынок, часть или несколько сегментов рынка, которые фирма может удовлетворить с помощью своего товара таким образом, чтобы получить от этого максимальную прибыль.

Сегментирование рынка

Основная задача
сегментирования – отбор
наиболее предпочтительных
сегментов и формирование
целевого рынка

Сегментирование рынка

После формирования целевого рынка наступает очередь позиционирования, а не наоборот