

# 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 !!!.

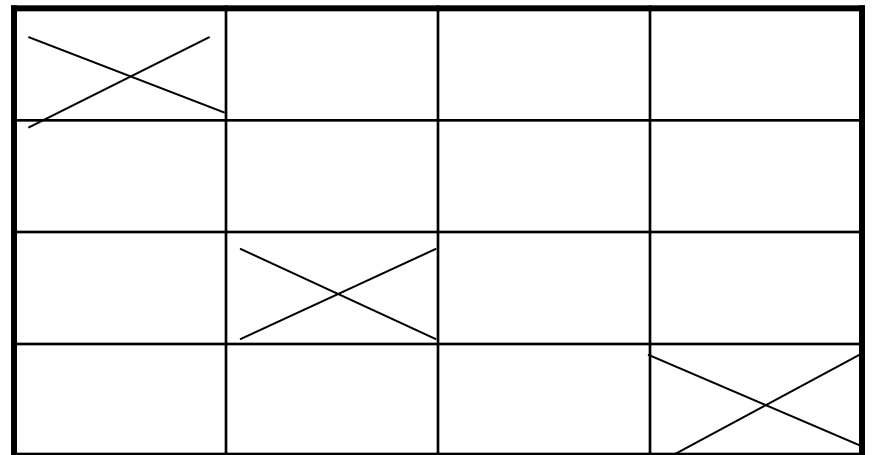
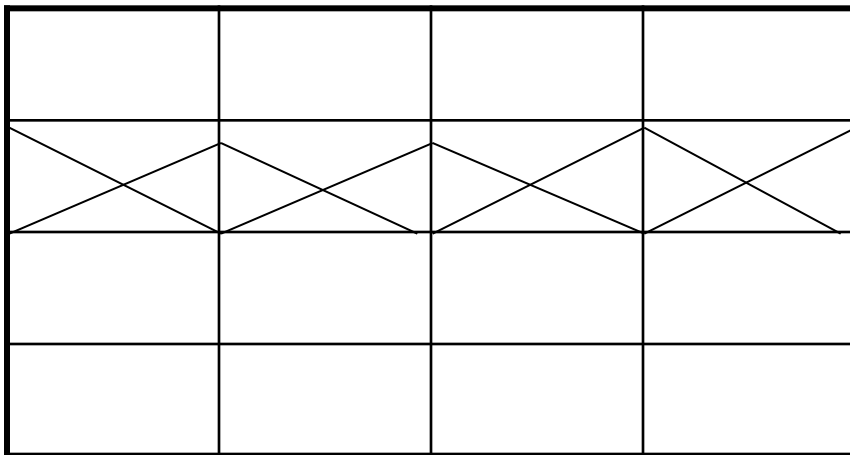
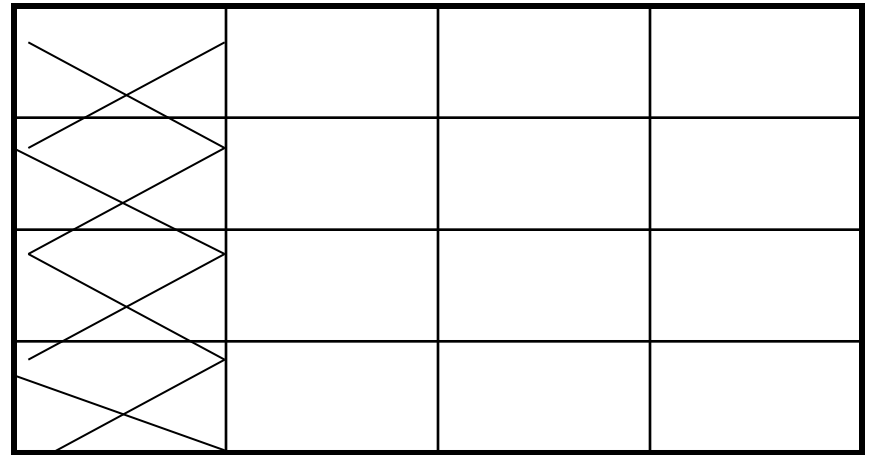
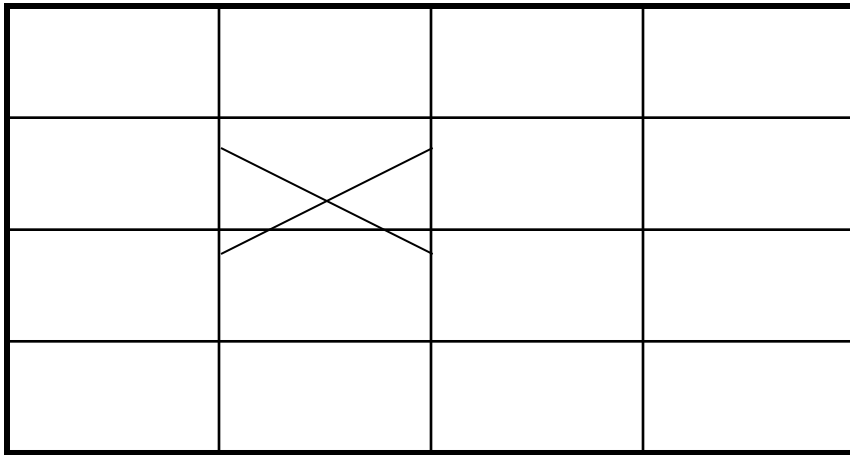
# Схема сегментации рынка (на примере обуви)

<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