

Методы сегментации рынка



Работу выполнила студентка
группы 2 -38

Карпухина Анастасия

Преподаватель: Цветков Г.А.

МЕТОДЫ:

✓ метод сегментации по выгодам;

✓ метод построения сетки сегментации;

✓ метод многомерной классификации;

✓ метод группировок;

✓ метод функциональных карт;




Метод сегментации по выгодам

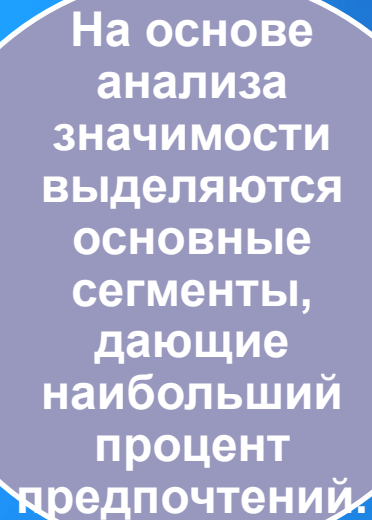
- **Определение выгод, которые интересуют потребителей.**
- **Определение различий в образе жизни, которые определяют сегментацию по выгодам.**
- **Определение того, содержат ли сегменты по выгодам различные представления о товаре и конкурирующих марках.**



Метод построения сетки сегментации



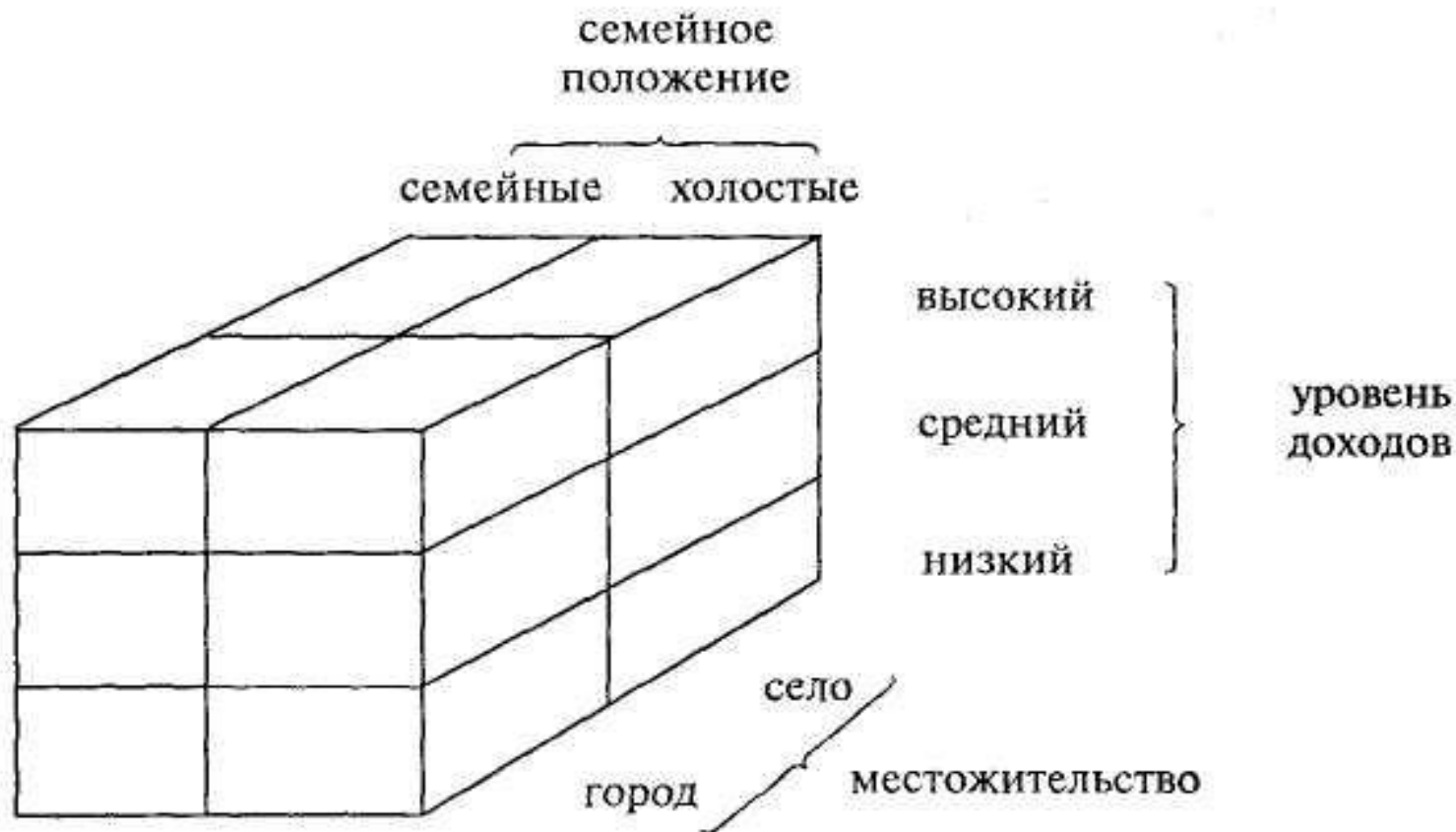
Рассматривается комбинация переменных, характеризующих функции, потребителей и технологии.



На основе анализа значимости выделяются основные сегменты, дающие наибольший процент предпочтений.



Метод многомерной классификации



Метод группировок



Метод функциональных карт

однофакторными, когда двойная сегментация рынка проводится по какому-либо одному фактору и для однородной группы изделий;

многофакторными - при анализе того, для каких групп потребителей предназначена конкретная модель изделий и какие её параметры наиболее важны для продвижения товара на рынке.

Методами сегментационного анализа

✓ матричный метод;

✓ статистический метод;

✓ метод кл

