

# СЕГМЕНТАЦ ИЯ РЫНКА

---

РЫНОК – МЕСТО ВСТРЕЧИ  
ПРОДАВЦА И ПОКУПАТЕЛЯ ГДЕ  
СОВЕРШАЮТСЯ СДЕЛКИ КУПЛИ-  
ПРОДАЖИ



СЕГМЕНТ РЫНКА –  
ОСОБЫМ ОБРАЗОМ  
ВЫДЕЛЕННАЯ  
ЧАСТЬ РЫНКА  
(ГРУППА  
ПОТРЕБИТЕЛЕЙ  
КОТОРЫЕ ИМЕЮТ  
НЕКОТОРЫЕ ОБЩИЕ  
ПРИЗНАКИ)



# ЦЕЛИ СЕГМЕНТАЦИИ

## 1. Удовлетворение нужд и потребностей людей



# ЦЕЛИ СЕГМЕНТАЦИИ

## 2.Повышение конкурентоспособности товара



# ЦЕЛИ СЕГМЕНТАЦИИ

3. Уклонение от конкурентов путем перехода на неосвоенный сегмент



# ЦЕЛИ СЕГМЕНТАЦИИ

4. Ориентация  
на  
конкретного  
потребителя



# ПРИНЦИПЫ СЕГМЕНТАЦИИ

## Географический



Сегментирование по географическому принципу предполагает разбивку рынка на разные географические единицы: государства, штаты, регионы, округа, города, общины.

Фирма может принять решение действовать:

- 1) в одном или нескольких географических районах;
- 2) во всех районах, но с учетом различий в нуждах и предпочтениях, определяемых географией.

# ПРИНЦИПЫ СЕГМЕНТАЦИИ

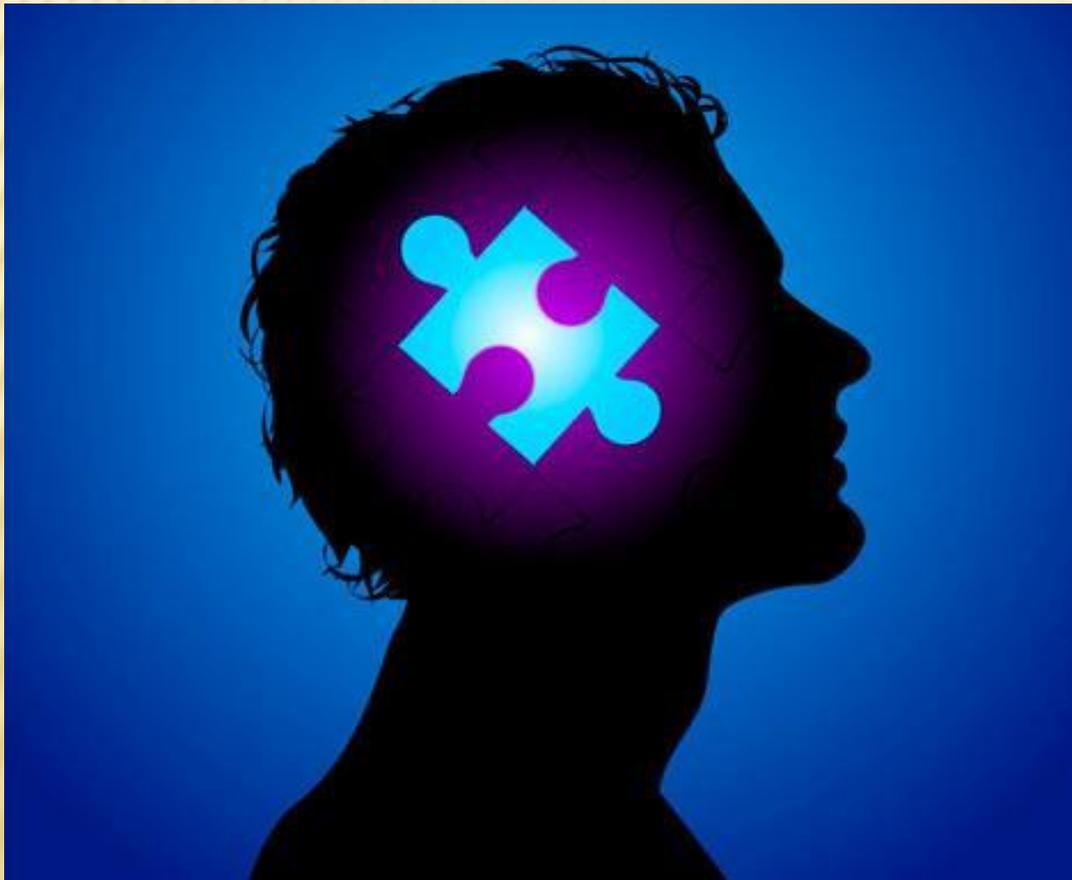
Сегментирование по демографическому принципу заключается в разбивке рынка на группы на основе таких демографических переменных как пол, возраст, размер семьи, этап жизненного цикла семьи, уровень доходов, род занятий, образования, религиозного убеждения, раса и национальность.

## Демографический



# ПРИНЦИПЫ СЕГМЕНТАЦИИ

## Психографический



При психографическом сегментировании покупателей подразделяют на группы по признакам принадлежности к общественному классу, образа жизни или характеристик личности.

# ПРИНЦИПЫ СЕГМЕНТАЦИИ

## Поведенческий



При сегментировании на основе поведенческих особенностей покупателей делят на группы в зависимости от знаний, отношений, характера использования товара и реакции на этот товар

# КРИТЕРИИ СЕГМЕНТАЦИИ

- Критерии сегментации – показатель того, насколько фирма правильно выбрала сегмент



# КРИТЕРИИ СЕГМЕНТАЦИИ

1. Емкость сегмента ( количество товара которое можно продать)



# КРИТЕРИИ СЕГМЕНТАЦИИ

## 2. Защищенность то конкуренции



Чем уже сегмент  
тем меньше  
фирм-  
конкуретнов

# КРИТЕРИИ СЕГМЕНТАЦИИ

## 3. Доступность



Возможность  
предприятия или  
фирмы получить в  
свое распоряжение  
каналы  
распределения и  
сбыта продукции

# КРИТЕРИИ СЕГМЕНТАЦИИ

## 4. Существенность



То, в какой мере можно рассматривать ту или иную группу потребителей как сегмент рынка, насколько она устойчива по основным объединяющим признакам

# СПОСОБЫ (СТРАТЕГИИ) ОХВАТА РЫНКА

---

## 1. Массовый маркетинг



Стандартизация  
продукции с учетом  
большой доли рынка.

# СПОСОБЫ (СТРАТЕГИИ) ОХВАТА РЫНКА

## 2. Концентрированный

Ориентирован на узкую группу потребителей



# СПОСОБЫ (СТРАТЕГИИ) ОХВАТА РЫНКА

## 3. Дифференцированный маркетинг

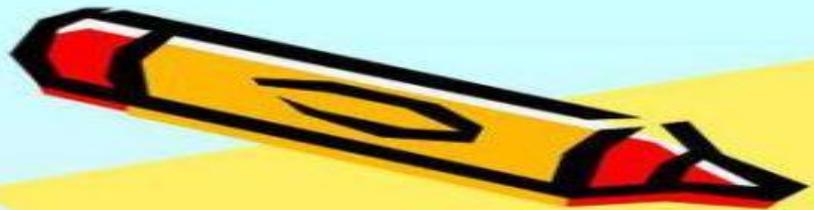


Стратегия  
компании  
нацелена на  
несколько  
сегментов рынка

*Я никогда не занимался маркетингом. Я просто не переставал любить своих клиентов!*

*(Ц. Давидофф)*

швейцарский промышленник, создатель и первоначальный владелец известного бренда Davidoff.



**СПАСИБО ЗА  
ВНИМАНИЕ =)**

