

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
«Пермский колледж предпринимательства и сервиса»



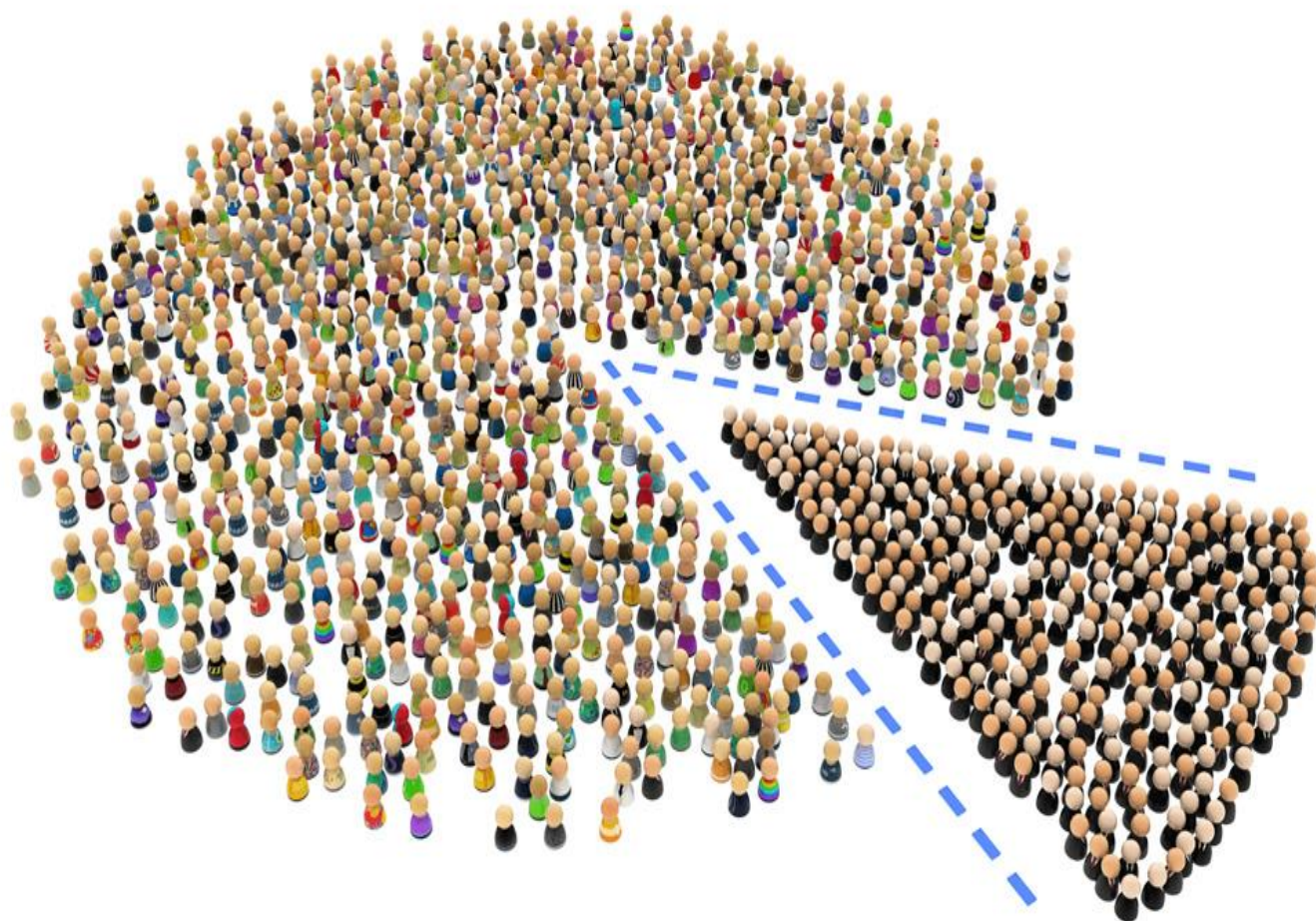
Воеводина Н.А.

2022

Рынок сотовых телефонов



РЫНОК



Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
«Пермский колледж предпринимательства и сервиса»

Сегментация рынка



Воеводина Н.А.

2022

Задачи урока

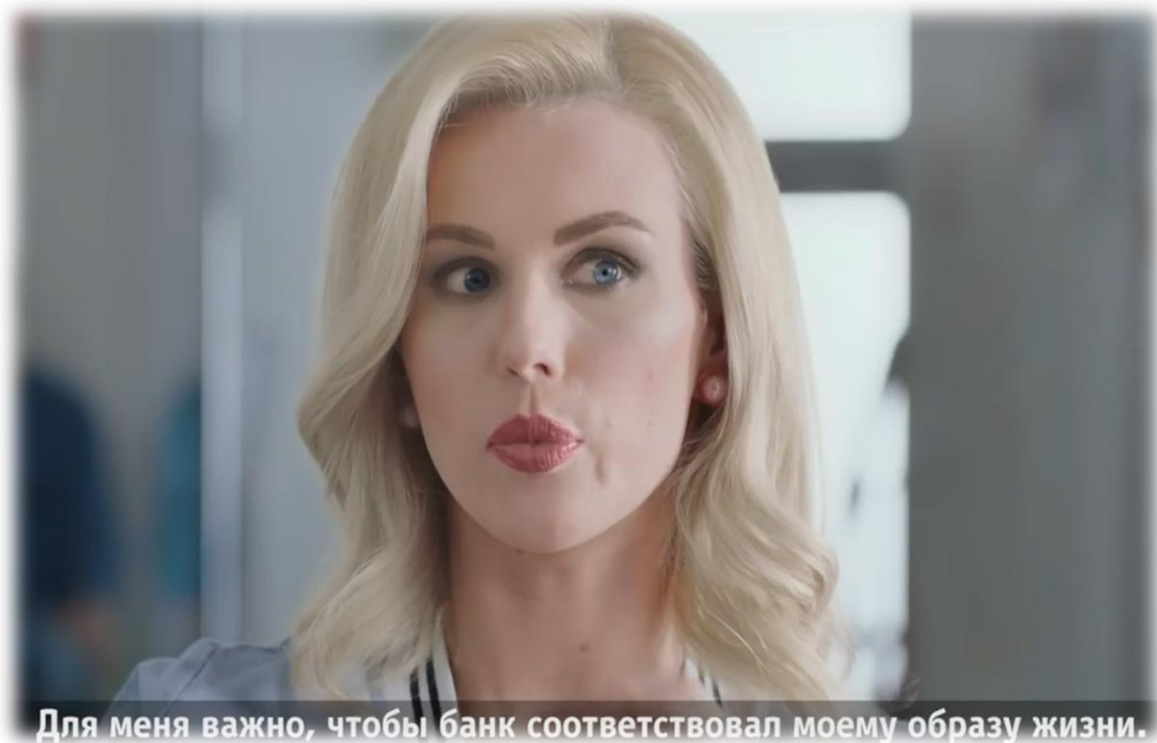
- дать определение понятию сегментация рынка
- выявить признаки сегментации рынка
- определить значение сегментирования рынка для предприятий



Сегментация рынка

Автор	Определение
Котлер Ф.	разбивка рынка на четкие группы покупателей, для каждой из которых могут потребоваться отдельные товары и/или комплексы маркетинга
Лукина А.В.	процесс деления рынка на участки по определенным признакам и выбор наиболее привлекательного для концентрации на нем маркетинговых усилий компании
Цахаев Р.К.	выделение потребителей, характеризующихся определенной однородностью вкусов, предпочтений, поведения в отношении предлагаемых предприятием товаров и услуг
Кнышова Е.Н.	деятельность по выявлению границ рыночных сегментов, с целью поиска целевого сегмента рынка, для которых продукт конкретной компании в

Портреты клиентов Альфа банка



Для меня важно, чтобы банк соответствовал моему образу жизни.

Девушка

22 – 27 лет

Город

Не замужем

Интернет – маркетинг

**Средний и выше
среднего уровень
дохода**

Модный блоггер

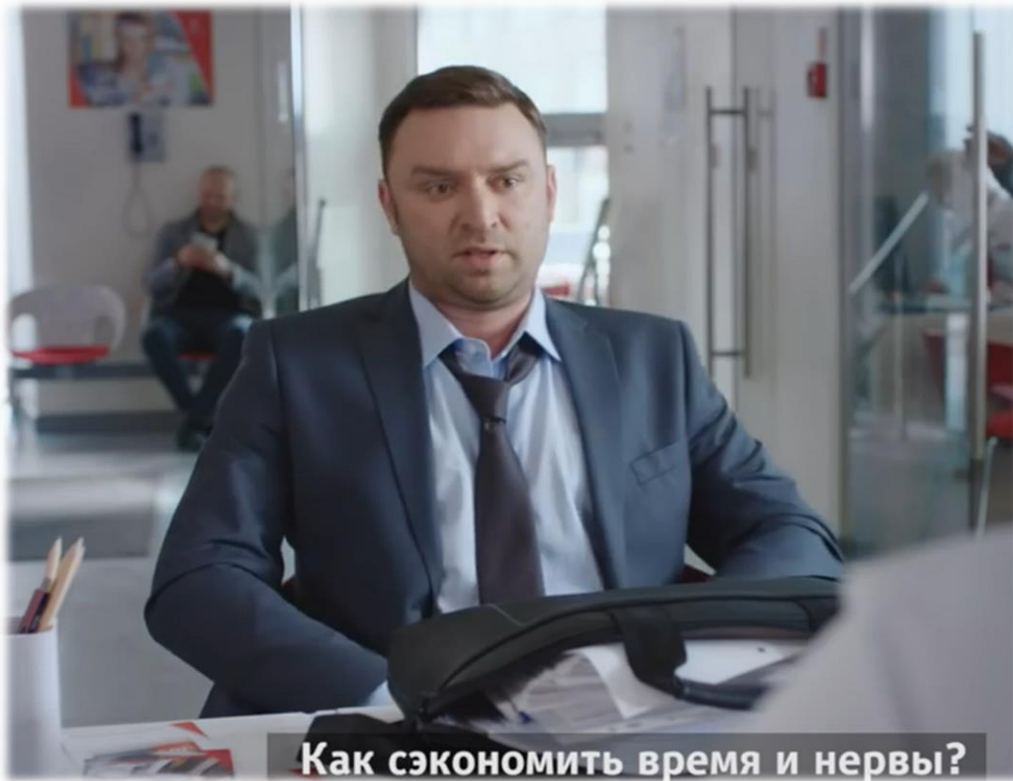
Быть в тренде

Соответствовать моде

Особый случай

Качество

**Насыщенный образ
жизни**



Предприниматель

Мужчина

30 – 35 лет

Город

Женат

**Предпринимательская
деятельность**

**Средний и выше
среднего уровень дохода**

Оптимизация деятельности

Трудоголик

Особый случай

Экономия времени и нервов



**Молодая семья
с детьми старше 6 лет**

**Возраст родителей
30-35 лет**

г. Санкт – Петербург

**Культура, образование,
медицина**

Средний уровень дохода

**Чтение художественной
литературы, посещение
музеев, театров, общение с
детьми**

Стремление познать новое

Особый случай

Экономия



Хипстер

Мужчина

23 – 27 лет

Город

Не женат

**Предпринимательская
деятельность**

**Средний и выше
среднего уровень дохода**

ИТ – технологии

Комфорт, удобство, сервис

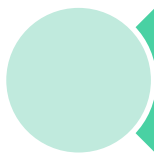
Особый случай

Приращение капитала

Признаки сегментации



Демографический



Пол



Возраст



Размер семьи



Жизненный цикл семьи

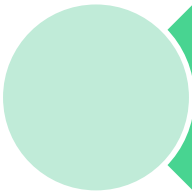


Национальность

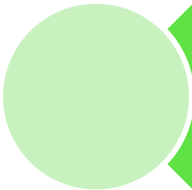
Признаки сегментации



Географический



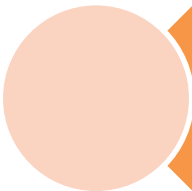
Страна



Край, область



Город

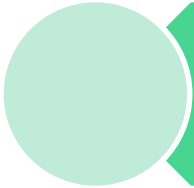


Село, деревня

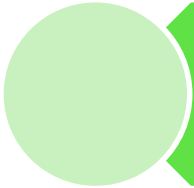
Признаки сегментации



**Социально-
экономический**



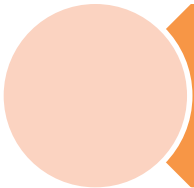
Уровень дохода



Сфера деятельности



Социальный статус



Уровень образования

Признаки сегментации



Психографический

Личностные характеристики

Образ жизни

Интересы

Ценности, убеждения

Тип темперамента

Стиль жизни

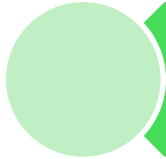
Признаки сегментации



Поведенческий



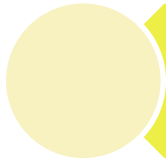
**Повод для совершения
покупки**



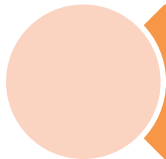
Искомые выгоды



Интенсивность потребления



Степень приверженности



**Степень готовности
покупателя**

Признаки сегментации



Демографический



Географический



**Социально-
экономический**



Психографический



Поведенческий

Потребительские сегменты

Характеристики	Представитель А	Представитель Б
Пол	Мужской	Мужской
Возраст	30 – 35 лет	30 – 35 лет
Страна	Россия	Россия
Доход	Значительный	Значительный



?





Антон Шипулин

- Они занимаются одним и тем же видом деятельности?
- Они занимаются одним и тем же видом спорта?



Алексей Жулин

- Они посещают одни и те же фитнес – клубы?
- Они посещают одни и те же ресурсы Интернета?

Значение сегментации

- ЭФФЕКТИВНАЯ КОММУНИКАЦИЯ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ

• ВЫРАБОТКА
ЭФФЕКТИВНОЙ
МАРКЕТИНГОВОЙ
СТРАТЕГИИ

• ЭФФЕКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ
ОГРАНИЧЕННЫХ РЕСУРСОВ



• ПОВЫШЕНИЕ
ДОХОДНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЯ



• МАКСИМАЛЬНОЕ УДОВЛЕТВОРЕНИЕ
ПОТРЕБНОСТЕЙ ПОКУПАТЕЛЯ



• ПОВЫШЕНИЕ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ

• ПОНИМАНИЕ И ВЕДЕНИЕ
КОНКУРЕНТНОЙ БОРЬБЫ

Итог урока

Задачи	Оценка
1. Дать определение к понятию сегментация рынка	
2. Выявить признаки сегментации рынка	
3. Определить значение сегментирования рынка для предприятий	