

Temat: Segmentacja rynku- przykłady zastosowania kryteriów segmentacji

Witam Was.

Ostatnio mówiliśmy o segmentacji rynku. Dziś przykłady do omawianych już kryteriów segmentacji. Przeanalizujcie. W razie niejasności i pytań proszę o korespondencję: joanna.glogowska3@wp.pl lub dzwonić: 664 753 659

Demografia.

- Wiek (kampanie produktów przeciwtrądzikowych kierowane są do nastolatków, a nie do osób starszych)
- Dochód (osoby zarabiające 200 tys. złotych miesięcznie prędzej kupią Porsche niż takie, które zarabiają 2 tysiące zł).
- Liczba członków rodziny (właściciele marketów zarabiają na hurtowej sprzedaży towarów większym rodzinom)
- Wykształcenie (zaawansowany kalkulator będzie skierowany do studentów kierunków ścisłych lub pracowników naukowych)
- Zawód (producent obuwia może zaoferować specjalny model butów np. alpinistom)
- Płeć (firma sprzedająca torebki będzie mieć w grupie docelowej same kobiety)

Geografia.

- Obszar geograficzny (np. Puma najbardziej agresywnie kieruje swoją kampanię butów sportowych do mieszkańców Ameryki Południowej i Europejczyków).
- Klimat (producent pługów śnieżnych będzie kierował swoją kampanię na rejony, w których pada śnieg).

Zachowania.

- Lojalność względem marki (np. kampanie Apple)
- Przywiązywanie wagi do jakości (producenci markowych zegarków wybierają jako grupę docelową osoby, które cenią produkty wysokiej jakości).

Psychografia.

- Osobowość (osoba, która lubi szpanować prędzej kupi sobie szybki motor, niż ktoś nieśmiały)
- Styl życia (producent deskorolek będzie kierował swoje działania marketingowe do skateboarderów)
- Zainteresowania (sklepy plastyczne skierują swoją ofertę do hobbystów i uczniów szkół plastycznych).