УДК 338.432:332.122

МЕТОДИ СЕГМЕНТУВАННЯ РИНКІВ

Студ. Дудник О.О.
Наук. керівник: доцент Геселева Н.В.
Київський національний університет технологій та дизайну

Сегментація ринку – це процес планування, який ділить великий ринок на більш дрібні однорідні одиниці, які розрізняються по своїх потребах, характеристиках і купівельній поведінці. Мета сегментації – концентрація маркетингової енергії і сили на конкурентну перевагу в сегменті.

Вимоги до сегментів :

- Досить великий розмір
- Бути стабільним
- Визначенним
- Підлягатися редагуванню

Окремі сегменти ринку діляться за критеріями :

1. Географічні - всесвітній регіон, держава, район, село, тип поселення,
2. Демографічні - вік, стать, самотні / заміжні / розведені.
3. Соціально-економічні критерії - сім'я, професія, освіта.
4. Етнографічні - релігія, раса, національність.
5. Фізіографічні- висота, вага, здоров'я, тип шкіри, форма обличчя, м'язи.
6. Поведінкові - лояльність до бренду, швидкість використання, частота покупки.

Область використання сегментації ринків:

1. при плануванні рекламної кампанії
2. при плануванні інтернет-рекламних кампаній
3. в створенні програм лояльності і споживчих конкурсів
4. в створенні рекламних текстів і гасел для друку в друкованих виданнях та ЗМІ
5. при створенні бізнес-текстів для інтернет сторінок
6. розробка нових продуктів
7. аналіз інтернет-проектів.

Визначаючи низьку та високу, поточну та майбутню вартість клієнта, 4 типів клієнтів:

- Транзакційні клієнти
- Великі клієнти
- Клієнти розвитку
- Стратегічні замовники

На основі сегментованих 4 типів клієнтів можна виділити 4 стратегії продажів:

Стратегія збуту 1: Відновлювати або підтримувати,
Стратегія продажу 2: експлуатація
Стратегія продажу 3: Пошук
Стратегія збуту 4: Трансформація

Ринок може бути переповненим різними класами клієнтів. Саме тому сегментування ринку є важливим фактором прийняття рішень. На підприємстві важливо визначити потенційну групу покупців правильно та орієнтувати продукт саме на них, звертаючи увагу на особливості цих груп. Правильне сегментування ринку допоможе досягти конкурентну перевагу в сегменті.