

Identifikácia trhových segmentov

1. **Segmentácia trhu - všeobecné informácie**
2. **Segmentácia spotrebných trhov a trhov výrobnnej sféry**
3. **Výber trhového cieľa**

1. Segmentácia trhu - všeobecné informácie

Segmentácia trhu je proces členenia trhu na jednotlivé skupiny kupujúcich, kt. požadujú rozdielne produkty al. marketingový mix.

Segmentácia trhu je nástrojom rozlíšenia potrieb spotrebiteľov určitého výrobky al. služby a tak aj prostriedkom k odhaleniu podnikateľských príležitostí. Je významným pomocníkom pri vývoji nových výrobkov aj pri navrhovaní či prispôsobovaní distribučnej, cenovej a propagačnej taktiky. V tomto zmysle preto segmentácia trhu napomáha zvyšovaniu tržieb z predaja výrobku al. služby určitej firmy.

Rozčlenie trhu na menšie, homogénne celky taktiež umožňuje pružnejšie reagovať na zmeny v dopyte trhu.

Zákazníci sa rôznia vo svojich požiadavkách na náš produkt. Na trhu existuje konkurencia a aj my sme konkurenti. Treba prijať také rozhodnutia, aby boli čo najefektívnejšie a najúčinnnejšie. Firma nebude súťažiť na celom trhu, ale hľadá najatraktívnejší segment na trhu a pôsobí na ňom najefektívnejšie.

Firma musí urobiť segmentáciu trhu a potom sa musí rozhodnúť o umiestnení výrobku na cielenom trhu.

Uplatňovanie typov marketingov (stupňovitý vývoj):

* **Hromadný marketing**

- vo firme, v kt. realizujú hromadnú výrobu
- tak, že realizujem na celom trhu svoju politiku na všetkých obyvateľov trhu
- hromadná výroba prináša nízke náklady, vysokú produktivitu práce, nízke ceny
- obsadzuje pomerne veľký potenciál trhu
- v súčasnosti je málo účinný, lebo vzniká veľká konkurencia

* **Výrobkovo-rozmanitý marketing**

- niekoľko výrobkov s rôznymi vlastnosťami = možnosť výberu zákazníka

* **Cielený marketing**

- predávajúci pozná väčšie trhové segmenty, ale orientuje sa len na jeden trhový segment, voči nemu vyvíja konkrétny marketingový program na konkrétny marketingový segment
- mikromarketing - marketingový program pre malú skupinu zákazníkov na lokálnej báze (v konkurenčnom priestore)
- "marketing na mieru" - najvyššia forma cieleného marketingu (najmä pri stravovaní)

Cielený marketing si žiada 3 základné kroky:

1. **segmentácia trhu**

- vymedzenie segmentácie premenných (veličín)
- rozvoj profilu segmentu (ako sa bude segment ďalej vyvíjať)

2. **trhový cieľ**

- realizácia pri určovaní trhového cieľa, zhodnotenie atraktivity segmentov
- výber jedného segmentu

3. **trhové umiestnenie**

- vymedzenie možných prístupov k umiestneniu, pre každý cieľový segment
- rozvinutie a uplatnenie zvolenej koncepcie umiestňovania

(umiestňovanie je umiestňovanie nášho líme do 4 hlavných skupín: líme do 4 hlavných skupín:

1. geografická segmentácia
(rozdeľuje celkový trh podľa teritória, jednotlivých oblastí)
2. demografická segmentácia

(zaujíma ma obyvateľstvo - vek, životný cyklus, pohlavie, príjem ...)

3. *psychografická segmentácia*
(sociálna trieda, životný štýl ...)

4. *segmentácia podľa správania sa*
(príležitosti, status vernosti (koľko máme kmeňových priaznivcov, sporadických al. nestálych zákazníkov), stupeň pripravenosti ku kúpe, postoj k firme (mienka o firme, o značke))

b) Segmentácia trhov pre segmentáciu výrobných prostriedkov:

- veľkosť zákazníka (postavenie zákazníka na trhu)

1. *demografické kritérium*

(v kt. odvetví NH pôsobí firma, veľkosť firmy a jej rozmiestnenie)

2. *prevádzkové kritériu v danej firme*

(aká technológia sa používa, riadiace schopnosti firmy)

3. *nákupné prístupy*

(organizácia nákupu, ekonomická sila)

4. *situačné faktory*

(naliehavosť kúpy, veľkosť objednávky)

5. *osobitné (zvláštné) charakteristiky*

(doriešiť postoj k riziku, vernosť značke)

6. *kúpne kritériá*

(spolahlivosť výrobku)

3. Výber trhového cieľa

Nástroje pre posúdenie pre výber segmentov:

1. veľkosť a rast segmentu

- správna veľkosť segmentu je relatívny pojem

(veľké firmy - veľký trhový potenciál, neberú do úvahy malé segmenty,
malé firmy - malý trhový potenciál, neberú do úvahy veľké segmenty)

2. štruktúrna príťažlivosť segmentu

- 5 vplyvov, kt. pôsobia na atraktivitu segmentu