

pitanja 05 - segmentacija tržišta

stranice 82 - 90

1. definiraj tržišnu segmentaciju
2. što je masovni marketing
3. što znači proizvodno diferencirani marketing
4. što je ciljni marketing
5. tko je potrošač
6. koje kategorije potrošača postoje
7. koja je svrha segmentacije tržišta
8. što je totalna segmentacija
9. koji kriteriji segmentacije postoje
10. što ulazi u zemljopisnu segmentaciju
11. što ulazi u demografsku segmentaciju
12. što ulazi u psihografsku segmentaciju
13. koji kriteriji segmentacije postoje u obilježjima kupovnih situacija

definiraj tržišnu segmentaciju

podjela tržišta na skupine potrošača koje karakteriziraju ista ili vrlo slična svojstva



što je masovni marketing

masovna proizvodnja, distribucija, masovna promocija jednog proizvoda za sve potencijalne kupce



što znači proizvodno diferencirani marketing

razvojanje asortimana nekog proizvoda s diferenciranim svojstvima i pružanje većeg izbora potrošačima



što je ciljni marketing

pristup tržištu u kojemu gospodarski subjekt odabire jedan ili nekoliko tržišnih segmenata

umjesto da se resursi rasipaju na masovno tržište, razvija se proizvod u kombinaciji sa razvijenim elementima marketinškog spleta i usmjeruje određenom segmentu potrošača



tko je potrošač

subjekt koji pribavlja neko dobro jer ga smatra prikladnim za podmirenje vlastite potrebe određenog intenziteta



koje kategorije potrošača postoje

- apsolutni nepotrošač
- relativni nepotrošač
- stvarni potrošač naših proizvoda/usluga
- stvarni potrošač konkurencije



koja je svrha segmentiranja tržišta

naći razlike između pojedinih segmenata i na tim razlikama izgraditi specifičnu politiku plasmana za svaki segment posebno (strategiju segmentacije tržišta)



što je totalna segmentacija

pojedinačno poznavanje svakog potrošača



koji kriteriji segmentacije postoje

- zemljopisni
- demografski
- psihografski



što ulazi u zemljopisnu segmentaciju

- regija
- općina
- grad
- tip naselja
- područje (npr. klimatsko)



što ulazi u demografsku segmentaciju

- dob
- spol
- bračno stanje
- veličina kućanstva
- broj djece
- izobrazba
- zaposlenje i prihodi



što ulazi u psihografsku segmentaciju

- osobnost
- stil života



koji kriteriji segmentacije postoje u obilježjima kupovnih situacija

- očekivana korist
- uporaba
- poznavanje i namjere
- uvjeti kupnje

