علـــوی

جلسه ی ۳ پایه هشتم

فصل اول :
منظور از بازار چیست ؟
+ بخش بندی بازار
+ پرسش کسب و کاری ص ۲۲





علوی

بخش‌بندی، تفاوت مشتریان را به گروه‌های قابل‌اقدام تبدیل می‌کند

به‌جای یک بازار یکدست، گروه‌هایی با نیاز یا رفتار مشابه را می‌شناسیم.



درآمد و قدرت خرید

چه سطح قیمتی در دسترس است؟



بخش‌بندی بازار

تقسیم بازار به گروه‌های کوچک‌تر با نیازها یا رفتارهای مشترک



نیاز و کاربرد

چه مسئله‌ای را حل می‌کند؟



ویژگی‌ها و سبک زندگی

چه ترجیح‌ها و شرایطی دارند؟

شناخت بخش‌ها کمک می‌کند محصول، قیمت، پیام و روش فروش مناسب انتخاب شود.



رفتار خرید

چگونه و چه زمانی خرید می‌کند؟

علوی

یک کسب‌وکار می‌تواند پیشنهاد خود را با کاربردهای گوناگون هماهنگ کند .

پس از بخش‌بندی، گزینه‌های محصول را با نیاز و کاربرد هر گروه تطبیق می‌دهیم.



خودروهای تویوتا

مدل‌های گوناگون برای نیازها و بودجه‌های مختلف

تفاوت در اندازه، امکانات و کاربرد از رفت‌وآمد روزانه تا استفاده‌ی حاوانگی یا کاری







روغن موتور و روانکارها

خودروهای سواری

موتورهای دیزل و خودروهای سنگین

ماشین‌آلات کشاورزی

تجهیزات و کاربردهای صنعتی

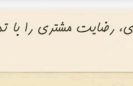




علوی

بخش‌بندی، رضایت مشتری را با تمرکز بهتر منابع پیوند می‌دهد .

شناخت گروه هدف کمک می‌کند پیشنهاد و ارتباط بازاریابی دقیق‌تر شود.



فروش مؤثرتر

پیام مرتبط‌تر برای هر گروه هدف



رضایت بیشتر مشتری

پیشنهاد متناسب‌تر با نیاز و کاربرد



تمایز رقابتی

تخصص و پاسخ‌گویی بهتر به مشتری



هزینه ی کمتر

کاهش تبلیغات و فعالیت‌های نامرتبط

بازار را بشناسیم، بخش‌بندی کنیم و برای هر گروه ارزش مناسبی بسازیم.



علـــوی

جلسه ی ۴ پایه هشتم

فصل اول :

مزایای بالقوه ی بخش بندی بازار برای کسب و کارها

+ نمونه ی مورد بررسی ص ۱۵

+ فعالیت ۴ – ۱ ص ۱۷

+ فعالیت ۵ – ۱ ص ۱۸





علـــوی

مثال کاربردی بخش‌بندی بازار صابون‌ها

بخش بازار	ویژگی‌های بازار هرف
صابون زیبایی	علاقه‌مندان به زیبایی و پوست
صابون کودکان	کودکان؛ ملایم برای پوست کودک
صابون دارویی	بیماران پوستی؛ خاصیت درمانی
صابون معمولی	عموم مردم؛ کاربرد روزمره



علـــوی

فعالیت ۴ – صفحه ی ۱۷

فعالیت ٤ – ١

نمونه مورد بررسی فوق را در نظر بگیرید.

الف) لیستی از انواع متفاوت شامپوهای خریداری شده در بازارهای محلی خود تعیین کنید.

ب) بازار هدف هریک از این محصولات را شناسایی کنید.



علـــوی

فعالیت ۵ – صفحه ی ۱۸

فعالیت ٥ – ١

شرکت «تویوتا» به تولید و عرضه انواع گوناگون خودروها با درنظرگرفتن بازارهای هدف متفاوت مشغول است. وسعت تولیدات این سازمان تا حدی است که هر برند آن دارای بخشی مجزا است.

الف) انواع گوناگون خودروهای تولیدی توسط این سازمان را درنظرگرفته و ویژگی‌های منحصربه‌فرد مشتریان هرکدام را مشخص کنید. بازار هدف محصولات را می‌توانید با مورد بررسی قراردادن سن، جنسیت، سبک زندگی و ... تعیین نمایید.

ب) به نظر شما وسعت تولیدات این سازمان چه منافعی را برای آن به ارمغان خواهد داشت؟

