هر محصولی برای گروه خاصی از مشتریان تولید می‌شود.

فعالیت ۱-۴

نمونه مورد بررسی فوق را در نظر بگیرید.



بخش‌بندی بازار به ما کمک می‌کند محصول مناسب را به مشتری مناسب ارائه دهیم.

ب

بازارهدف هر یک از این محصولات را شناسایی کنید.

۱ افرادی که موهای خشک و آسیب‌دیده دارند.

۲ افرادی که موهای چرب دارند.

۳ افرادی که موهای معمولی دارند.

۴ افرادی که با مشکل شوره سر مواجه هستند.

۵ کودکان و والدین آن‌ها.

۶ افرادی که با مشکل ریزش مو مواجه هستند.

۷ افرادی که موهای خود را رنگ کرده‌اند.

۸ افرادی که محصولات دارای ترکیبات گیاهی را ترجیح می‌دهند.

الف

لیستی از انواع متفاوت شامپوهای خریداری‌شده در بازارهای محلی خود تعیین کنید.

۱ شامپو مخصوص موهای خشک

۲ شامپو مخصوص موهای چرب

۳ شامپو مخصوص موهای معمولی

۴ شامپو ضدشوره

۵ شامپو مخصوص کودکان

۶ شامپو ضدریزش مو

۷ شامپو مخصوص موهای رنگ‌شده

۸ شامپو گیاهی



تنوع محصولات، نشانه‌ی پاسخ‌گویی به نیازهای مختلف مشتریان است.

با شناخت نیازها و بخش‌بندی بازار، می‌توان محصولات مناسب را **به مشتریان مناسب ارائه داد و فروش را افزایش داد.**

TOYOTA
حرکت به سوی آینده

فعالیت ۱-۵

بررسی بازارهای هدف
و تنوع محصولات
در یک سازمان موفق

شرکت «تویوتا» به تولید و عرضه انواع گوناگون خودروها با در نظر گرفتن 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 در نظر گرفته و ویژگی‌های منحصربه‌فردان مشتریان هرکدام را مشخص کنید.
بازار هدف محصولات را می‌توانید با بررسی جنسیت، سن، شخصیت، سبک زندگی و ... تعیین نمایید.

۱ خودروهای سواری کوچک
مناسب جوانان و افراد با درآمد متوسط که به دنبال خودروی اقتصادی هستند.



۲ خودروهای خانوادگی
مناسب خانواده‌هایی که به فضای کافی و راحتی نیاز دارند.



۳ خودروهای شاسی‌بلند
مناسب خانواده‌ها و افرادی که به سفر و طبیعت‌گردی علاقه دارند.



۴ خودروهای وانت
مناسب صاحبان کسب‌وکار و افرادی که برای حمل بار به خودرو نیاز دارند.



۵ خودروهای لوکس
مناسب افراد با درآمد بالا که به امکانات و کیفیت بیشتر اهمیت می‌دهند.



۶ خودروهای هیبریدی و کم‌مصرف
مناسب افرادی که به صرفه‌جویی در مصرف سوخت و حفظ محیط‌زیست اهمیت می‌دهند.



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

پاسخ:

باعث جذب مشتریان بیشتر، افزایش فروش و سهم بازار، پاسخ‌گویی به نیازهای متنوع مشتریان و کاهش ریسک اقتصادی می‌شود؛ زیرا کاهش تقاضا برای یک نوع خودرو می‌تواند با فروش سایر محصولات جبران شود.

