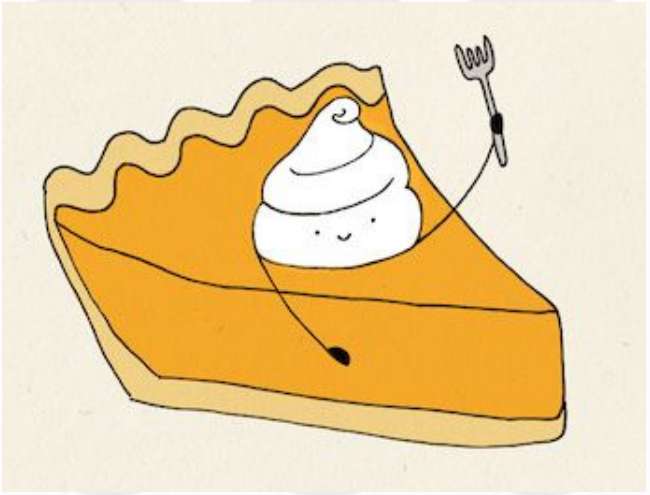
СЕГМЕНТАЦИЯ И ДИФФЕРЕНЦИРОВАНИЕ

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ



КРИТЕРИИ СЕГМЕНТИРОВАНИЯ

Демографические признаки

Психографические признаки

Географические признаки

Поведенческие признаки

Демографические	
Возраст	16-25, 26-35
Пол	Женский
Семейное положение	Молодежь – одинокие, молодежь – семейные с детьми
Виды профессий	Студенты, работающие, домохозяйки
Уровень дохода	Низкий, средний, высокий
Уровень образования	Без образования, среднее, высшее

Психографические	
Социальный слой	Среднего достатка, высокого достатка
Стиль жизни	Молодежный
Личные качества	Импульсивность, стадный инстинкт

Географические	
Регион	Восток Украины
Административное деление	Харьковская область
Численность населения	1,5 млн. чел.
Плотность населения	Город, пригород
Климат	Умеренно-континентальный

Поведенческие	
Степень случайности покупки	Приобретение товаров иногда носит случайный характер
Степень нуждаемости в продукте	Нужен время от времени
Степень готовности купить	Стремится купить изделие

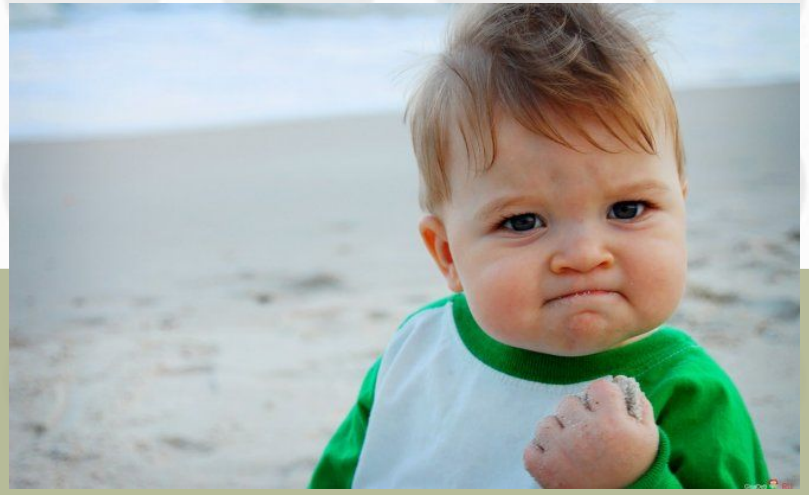
Сегмент: послушные мамочки

Описательный стержень:

семейность, бесхарактерность.

Образ жизни:

Большую часть времени проводят дома с ребенком. Считают, что желание чада – закон. И, если ребенок что-то захотел, то это обязательно нужно ему приобрести.



Социально-демографические характеристики:

Это семейные люди 30-55 лет. Могут быть как женщины, так и мужчины (но чаще, конечно, женщины). В эту же группу входят бабушки и дедушки, желающие баловать внуков.

Герой: Галюнчик (мама двух детей, домохозяйка)

Девиз – дай ребенку, что он хочет, чтоб замолчал.

Мотив потребления: удовлетворить желания ребенка.

Сегмент: стадо

Описательный стержень:

стадный инстинкт, безынициативность, подчинение моде.

Образ жизни:

Любят общаться со сверстниками. Ведомые люди, которые подчиняются всевозможным новым течениям и веяниям моды. Не любят выделяться из толпы и не проявляют инициативу.

Социально-демографические характеристики:

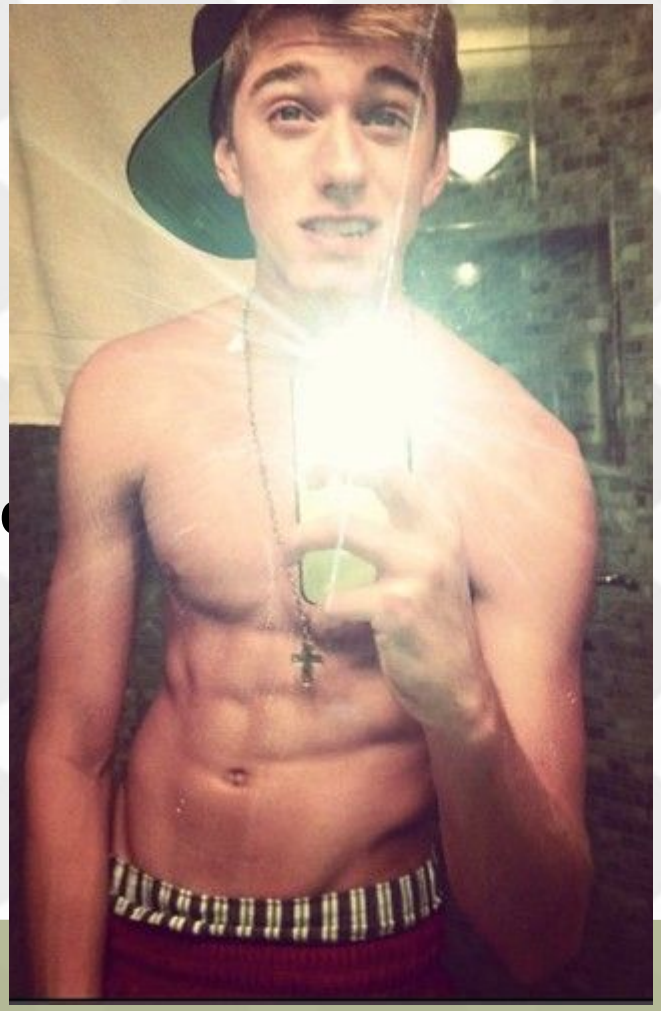
Это молодые (несемейные) люди возраста 16-25 лет.

Герой: Макс (студент)

Девиз – Сереге понравилось, значит и мне подойдет.

Мотив потребления:

В инстаграме у всех есть фотка с этим, мне тоже надо.



ДИФФЕРЕНЦИРОВАНИЕ

ДИФФЕРЕНЦИРУЮЩИЕ ПРИЗНАКИ НАШЕГО ПРОДУКТА

- **дизайн упаковки**
- **дополнительные услуги (заказ через интернет и доставка)**
- **оригинальная форма**
- **яркий вкус**

ВЫВОДЫ

Наш продукт ориентирован на молодежь и детей. В случае с детьми, покупателями являются их родители, в большинстве случаев.

Исходя из нашей целевой аудитории, главным дифференцирующим признаком нашего продукта будет его

ЯРКИЙ ДИЗАЙН и ОРИГИНАЛЬНАЯ УПАКОВКА.