

Ciljni marketing i glavni koraci u ciljnom marketingu

Glavni koraci su:

Segmentiranje tržišta

Identifikovati osnove za segmentiranje tržišta

Segmentiranje tržišta kao proces dijeljenja tržišta na zasebne grupe kupaca koje mogu zahtijevati odvojeno proizvode ili marketing mix-e.

Ciljanje tržišta

- razviti mjere za privlačnost segmenata

- odabrati ciljni segment

Ciljanje tržišta je proces ocjenjivanja privlačnosti svakog segmenta tržišta i odabiranje jednog ili više segmenata za ulazak.

Pozicioniranje tržišta

Razviti pozicioniranje za svaki ciljni segment

Razviti marketing mix za svaki ciljni segment

Pozicioniranje tržišta je korištenje varijabli marketing mix-a, u različitim kombinacijama, kako bi se ponuda jedne kompanije učinila različitim od konkurencije.

Segmentiranje trzista

Pojam i cilj segentiranja tržišta

šta je tržište? Riječ tržište je vjerovatnije jedna od najčešće korištenih riječi u marketingu. Upravo zbog toga teško je definisati. često čujemo da se govori o tržištu dječije hrane, o svjetskom tržištu, o tržištu zlata. O regulisanom tržištu... u svakom od ovih primjera, pojam tržište ima drugo značenje, za jedne označava skupinu ljudi koji trše neki proizvod, za druge određeni geografski prostor, ili uslove pod kojima se obavlja razmjena i određuju cijene različitim dobrima.

Kad govorimo o tržištu, mislimo na tržište određenog proizvoda ili usluge. Da bi postojalo tržište za neki proizvod nužno je da budu istovremeno ispunjeni sljedeći uslovi:

Postojanje potrebe ili želje da se ona zadovolji tim proizvodima

Postojanje kupovne moći za nabavku proizvoda

Postojanje spremnosti/voljnosti da se kupi proizvod

Sposobnost, odnosno ovlaštenje za kupovinu

Zašto je bitno da svi ovi uslovi budu kumulativno ispunjeni pokazat ću vam na sljedećim primjerima:

Mnogo ljudi imaju potrebu i žele luksuzni automobil, no malo ih je koji si ga mogu prištiti,

Djeca su veliki potrošači raznih proizvoda, ali se rijetko pojavljuju kako kupci, jer nemaju sposobnost za kupovinu,

Mnogo je ljudi koji mogu platiti ulaznice za pozorište, ali su dvorane i dalje prazne, jer ne postoji želja za posjećivanjem pozorišnih predstava.

Ukratko mozemo reći da je tržište za neki proizvod čine ljudi koji idjele istu porebu i žele je zadovoljiti tim proizvodom, a raspolažu dovoljnom količinom novca koju su spremni i sposobni potrošiti za dati proizvod. Međuti, i ovako određeno tržište nije dovoljno precizno jer se često kupci istog proizvoda međusobno jako razlikuju, kako u svojim ličnim karakteristikama, tako i u pogledu zahtjeva koje traže od proizvoda. Da bi marketing ponuda bila uspješna nužno je istražiti preferenciju kupaca i prilagoditi im se.

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----**

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com