



Wprowadzenie do segmentacji rynku

Segmentacja i jej kryteria

Segmentacja rynków

„...wyodrębnianie części rynku, które można uznać za względnie jednorodne (podobne) ze względu na kilka ważnych cech, takich jak na przykład: preferencje i cechy nabywców (wiek, rasa, płeć, dochód, narodowość), lokalizacja, uwarunkowania prawne, istniejące sieci dystrybucji i inne.”

A.Koźmiński; D.Jemielniak, „Zarządzanie od podstaw” Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, 2008

Kryteria segmentacji

- Geograficzne
- Demograficzne
- Społeczno-ekonomiczne
- Psychologiczne
- Behawioralne



A.Koźmiński; D.Jemielniak, „Zarządzanie od podstaw” Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, 2008

Segmentacja rynku bankowego

- 1. Klienci masowi** – osoby, których zarobki są zbliżone do średniej krajowej. Zazwyczaj zgłaszają zapotrzebowanie na pożyczkę oraz kartę kredytową.
- 2. Klienci dobrze zarabiający** – osoby o wysokich dochodach. Często ludzie stosunkowo młodzi, którzy potrzebują kredytu hipotecznego na zakup swojej pierwszej nieruchomości. Nie dysponują środkami własnymi, które pozwoliłyby im sfinansować tę inwestycję.

Segmentacja rynku bankowego

3. Klienci zamożni – osoby, które zdążyły już zgromadzić spory kapitał. Nie potrzebują dodatkowego kapitału, lecz szukają pomocy w jego zainwestowaniu w różne instrumenty finansowe (akcje, obligacje, fundusze inwestycyjne).

4. Przedsiębiorstwa - podmioty, które poszukują korzystnych warunków prowadzenia rachunku oraz możliwości dostarczenia dodatkowego kapitału w krótkim czasie.

Segmentacja globalnego rynku hotelarskiego na przykładzie sieci Accor

A C C O R		Luksusowy - Sofitel
		Średni standard - Novotel
		Ekonomiczny - Ibis
		Price sensitive – Formule 1

Poszczególne marki różnią się od siebie ceną oraz poziomem wykończenia i obsługi. Oznacza to, że głównym kryterium podziału konsumentów na segmenty jest ich potencjał finansowy i wymagania dotyczące wyposażenia.

Dlaczego powinniśmy dokonać segmentacji rynku hotelarskiego Pekunii?

Czas na burzę mózgów!

