

## SEGMENTACIJA TRŽIŠTA

*Segmentacija tržišta je podjela tržišta (potrošača) u skupine, pri čemu su potrošači unutar skupina međusobno što sličniji, a razlike među skupinama što je moguće veće.*

*Segmentacija tržišta se radi zbog razumijevanja tržišta kao i odabira segmenta tržišta kojem želimo prodavati naše proizvode, tj. skupini osoba ili poduzeća prema kojima se kreira marketinški splet (proizvod, cijena, distribucija i promocija). Ovisno da li nas pri segmentaciji tržišta zanima tržište krajnje ili poslovne potrošnje primjenjujemo različite varijable.*

Najčešće varijable za segmentaciju *tržišta krajnje potrošnje* možemo podijeliti u četiri velike skupine:

1. Geografske: regije, županije, gradovi, veličina populacije, gustoća naseljenosti, klima
2. Demografske: spol, dob, veličina obitelji, obrazovanje, zanimanje, rasa, narodnost
3. Psihografske: društveni sloj, način života, osobna obilježja
4. Ponašanje potrošača: okolnosti potrošnje, tražene koristi, status potrošača, privrženost, faza spremnosti, stav prema proizvodu

Najčešće varijable za segmentaciju *tržišta poslovne potrošnje* možemo podijeliti također u četiri skupine:

1. Zemljopisna lokacija
2. Vrsta organizacije
3. Veličina kupca
4. Primjena proizvoda

Dobro razvijena srartegija segmentacije poboljšavaju marketing i prodaju tako da:

- Omogućuje razvoj posebnih proizvoda za kupce koji ih visoko pozicioniraju
- Pomaže u pronalaženju novih kupaca
- Pomaže u usklađivanju proizvođačkih kapaciteta i potrošačkih potreba
- Omogućuje uspješan razvoj novih proizvoda