

Сегментация целевой аудитории.

Работа с целевыми рынками

Ващило А.А.
Санкт-Петербург
Ноябрь 2023



Содержание

- Введение
- Формула успеха
- Видение в кубике
- Первичные критерии сегментации
- Работа с целевыми рынками
- Заключение



Введение

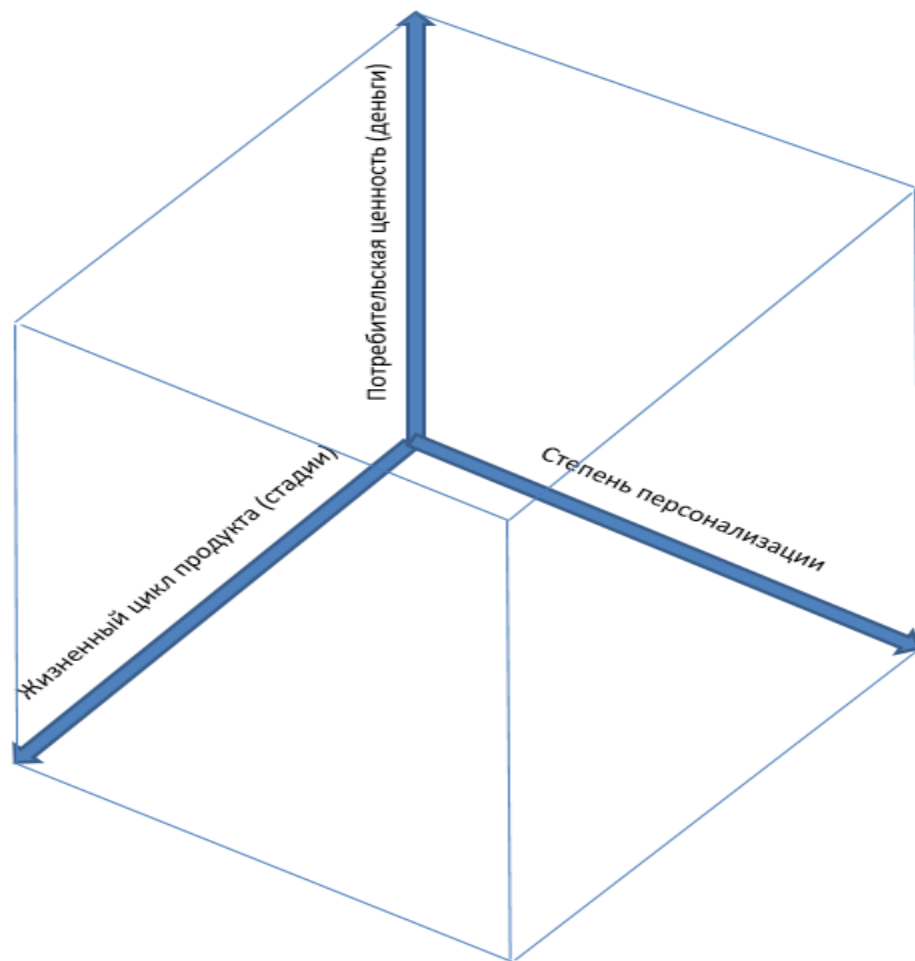
- Разговор только о реальных материальных продуктах (ПО и услуги не в счет)
- Моя точка зрения B2B, B2C и пр. – это про схему продвижения, а не про продукт
- Есть две категории - продукт для конечного потребления и продукт как составная часть другого продукта
- Разговор не про поиск бизнес идеи (продукта), считаем, что она у вас уже есть



Формула успеха

Видение	Формализация бизнес идеи Определение портрета потребителя Оценка собственных возможностей Постановка целей
Вера	Выбор критериев сегментации Сегментация и анализ целевой аудитории Определение целевых рынков Долгосрочная стратегия маркетинга
Воля	Организация работы

Видение в кубике или кубик видения



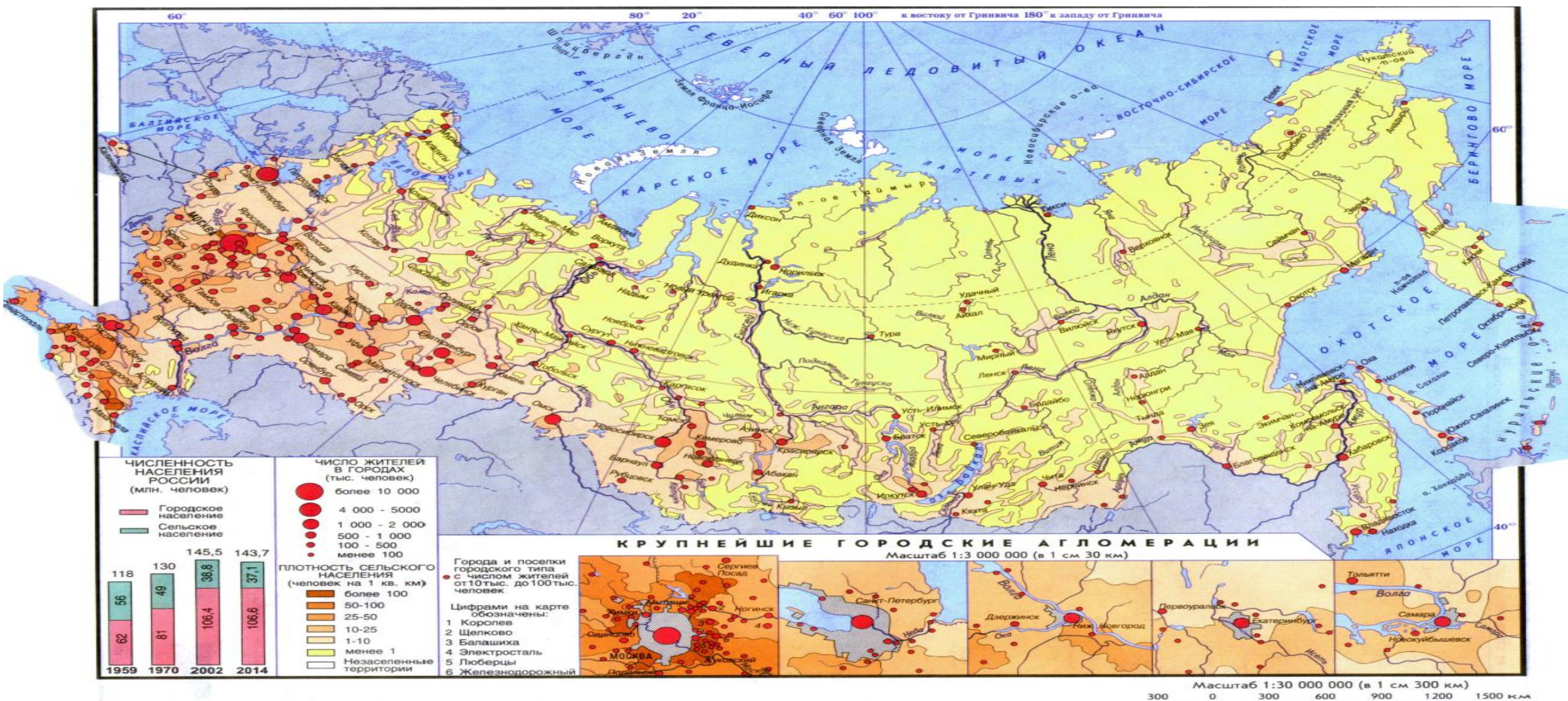
Первичные критерии сегментации

- **Географический** – по месту нахождения
- **Экономический** – по видам деятельности
- **Демографический** - по плотности
- **Социальный** – по уровню доходов

Экономический



Демографический



Социальный

Карта уровня денежных доходов населения по России
(средний уровень по РФ принят за 100%, области в % от него)



Источник Росстат, данные по Чечне отсутствуют

Результат



Работа с целевыми рынками

ОКВЭД и ОКПД

- ОКВЭД, или Общероссийский классификатор видов экономической деятельности, — перечисляет и классифицирует все разрешённые в России виды экономической деятельности.
- ОКПД, или Общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности, — перечисляет и классифицирует все виды продукции, услуг во всех отраслях экономики.
- ОКВЭД и ОКДП имеют прямую взаимосвязь — как описания различных аспектов одной и той же деятельности отличия начинаются с 4 знака поскольку количество видов деятельности не находится в строгом соответствии количеству производимых продуктов
- Идентификация своей экономической деятельности (в обязательном порядке) и классификация своего продукта (добровольная) позволяет быстро определять как конкурентов в заданном регионе, так и потенциальных потребителей

Работа с целевыми рынками

Практические шаги



- Наш продукт тепловизор.
- ОКПД 26.51.66.124 Приборы оптического и теплового неразрушающего контроля.
- Наши конкуренты - 86 организаций с выручкой от 100 млн. руб., 42 организации с выручкой от 300 млн. руб. основного вида ОКВЭД 26.51.6 86 Производство прочих приборов, датчиков, аппаратуры и инструментов для измерения, контроля и испытаний.

Работа с целевыми рынками

Практические шаги



- Наш продукт трубка рентгеновская.
- ОКПД 26.60.11.130 Части и принадлежности аппаратов, основанных на использовании рентгеновского или альфа-, бета- или гамма-излучений, применяемых в медицинских целях, включая хирургию, стоматологию, ветеринарию
- Наши потребители: ОКВЭД 33.13 – услуги по ремонту электронного и оптического оборудования, ОКВЭД 26.60.1 – производство медицинских аппаратов основанных на рентгеновском излучении
- Дополнительный критерий – лицензии на деятельность в области использования источника ионизирующего излучения, в области производства и технического обслуживания медицинской техники
- Всего по кодам обнаружено 2248 компаний по комбинации с доп критерием - 775

Работа с целевыми рынками

Сегментация по статистике

Социально-экономические показатели по субъектам Российской Федерации

Содержание

[Раздел 1. Население](#)

[Раздел 2. Труд](#)

[Раздел 3. Уровень жизни населения](#)

[Раздел 4. Образование](#)

[Раздел 5. Здравоохранение](#)

[Раздел 6. Культура, отдых и туризм](#)

[Раздел 7. Земельные ресурсы и охрана окружающей природной среды](#)

[Раздел 8. Валовой региональный продукт](#)

[Раздел 9. Основные фонды](#)

[Раздел 10. Инвестиции](#)

[Раздел 11. Предприятия и организации](#)

[Раздел 12. Промышленное производство](#)

[Раздел 13. Сельское, лесное хозяйство, рыболовство и рыбоводство](#)

[Раздел 14. Строительство](#)

[Раздел 15. Торговля и услуги населению](#)

[Раздел 16. Транспорт](#)

[Раздел 17. Информационные и коммуникационные технологии](#)

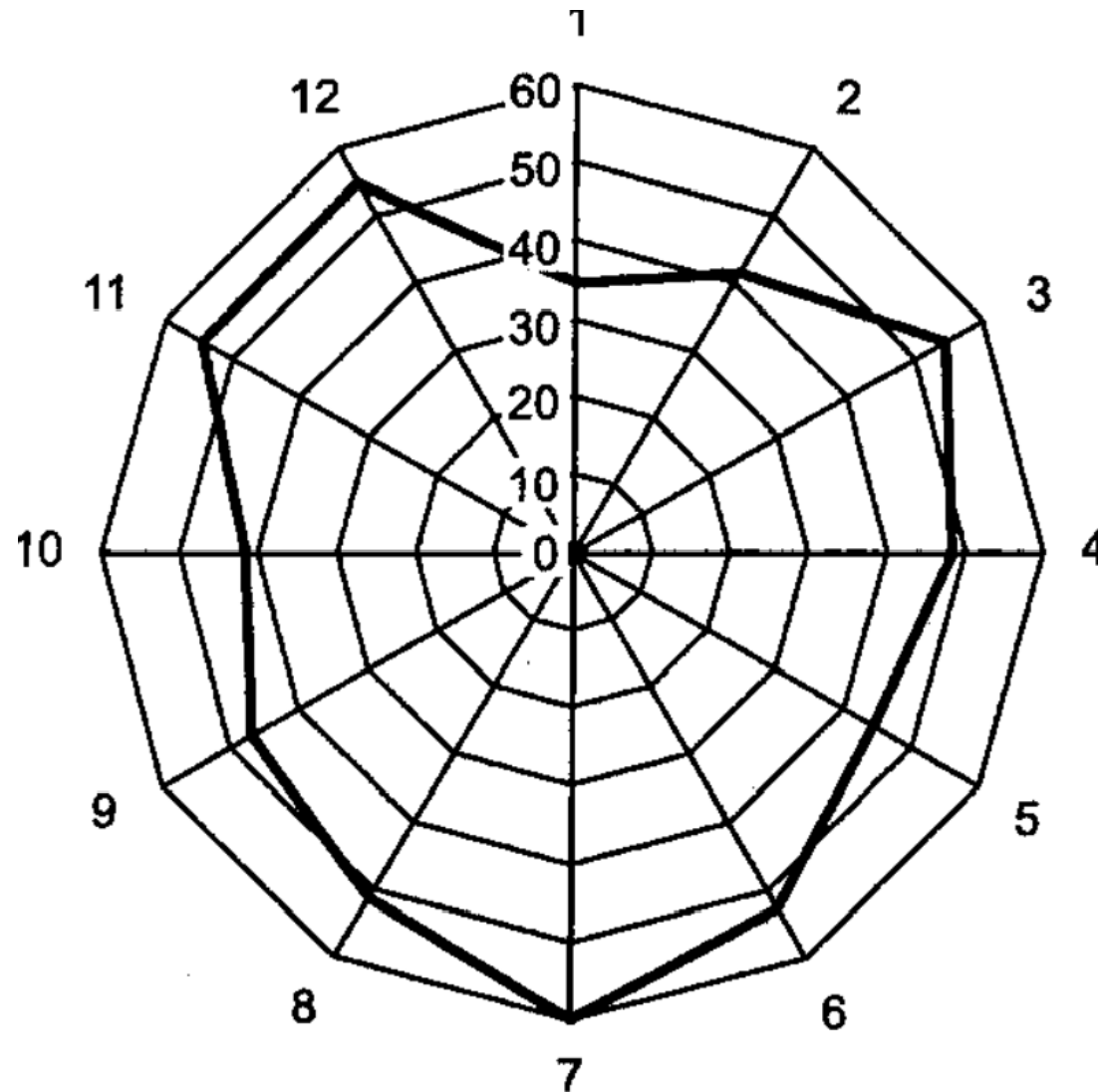
[Раздел 18. Наука и инновации](#)

[Раздел 19. Финансы](#)

[Раздел 20. Цены и тарифы](#)

[Раздел 21. Внешняя торговля](#)

Паутинная диаграмма целевого рынка



- Удобный инструмент визуализации результатов сегментации
- Рациональное количество критериев 5-7
- Рекомендую использовать метод экспертных оценок
- При итерационном подходе рекомендую делать ее каждый раз для отслеживания изменения

Работа с целевыми рынками

Результат

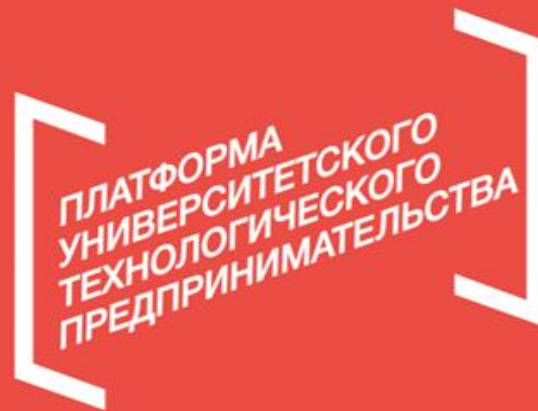
- Выбраны основные параметры объединяющие различных потенциальных потребителей в ваш целевой рынок
- Сформированы отличия вашего целевого рынка от смежных с ним
- Проанализированы мотивы приобретения продукта на вашем рынке
- Определены принципы принятия решения о приобретениях продукта, характерные для вашего рынка
- Организованы контрольные коммуникации для проверки правильности формализации целевого рынка
- Верифицированы коммуникационные и логистические каналы

Заключение

- В результате предыдущих итераций вы сформировали целевой рынок - группу потребителей, объединённых некими общими характеристиками. Основная из них — ожидаемая вами их заинтересованность в приобретении вашего продукта
- Следующий шаг – разработка маркетинговой стратегии и системы продвижения продукта



Спасибо за внимание



АКСЕЛЕРАТОР СПбГЭУ ЛИГАГРАД

