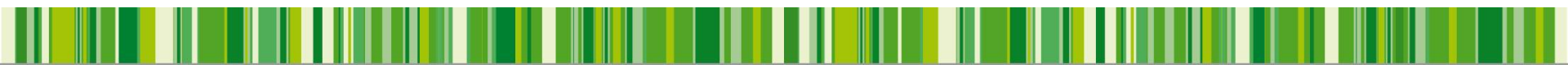


Segmentering och Positionering

(Kapitel 9)



Segmentering och Positionering (Kapitel 9)

- Sällan eller aldrig kan företaget nå alla kunder, olika och förknippat med orimliga kostnader
- Välja ut en del eller delar
- Uppdelningen av marknaden beror på vad som säljs
- Skiva upp marknaden i olika delar –**kreativ process**



What is market segmentation?

- **Market segmentation** involves dividing large, heterogeneous markets into smaller segments that can be reached more efficiently and effectively with products and services that match their unique needs.

500/500	Bank & Finans	Tillv. Industri	Dist. & Handel	Transp. & Log.	IT & Telco	Food & Bev.	Gov.
# Företag	97	550	348	52	112	175	75
# Kunder	58	201	48	12	75	55	38
Marknads andel	0,6	0,37	0,14	0,23	0,67	0,31	0,51
Target market	39	349	300	40	37	120	37
Mål affärer	1	3	5	1	1	1	2
Mål leads	10	30	50	10	10	10	20

Nivåer av marknadssegmentering (Mass, Segmenting, Nisch och Micro)

