

Seqmentasiya haqqında 3 məsələ

Uğurlu marketing strategiyasının əsası bir neçə vacib suala cavab tapmaqdan başlayır: kimə, nə, harada və s. “Kimə” sözünün əvvəldə olması təsadüfi deyil, çünki bu sualın cavabı olmadan, biznesdən danışmaq olmaz. Əgər biz öz müştərimizi tanımasaq, onun istəklərini, məhsulda axtardıqları faydanı bilməsək ona məhsul satmaq çox çətin (bəzən isə mümkünsüz) olar. Müştərilər fərqlidir və bu fərqlilik məhsul seçimində özünü göstərir. Uğurlu marketing strategiyasının başlanğıcı bu fərqlilikləri təyin edərək müştəriyə lazım olan məhsulu təklif etməkdir. Bu proses marketingdə hədəf bazarın seçilməsi və seqmentasiya adlandırılır. Bu vaxtadək marketoloq olaraq iş təcrübəsində istər B2C, istər B2B sahələrində çox saylı seqmentasiya prosesini həyata keçirmişik və bu prosesdə bir neçə vacib nöqtələrin olduğundan əminəm.

Birinci məsələ. Aparıldığı sahədən asılı olmayaraq seqmentasiya prosesinə mütləq bazarın təsvirindən başlamaq lazımdır. Təyin etməyə çalışın ki, Sizin bazar nədir və bu bazar ümumi olaraq hansı hissələrdən ibarətdir. Buna çox zaman bazar xəritəsinin qurulması dəyirlər. Bazar xəritəsinin qurulması prosesi əmtəənin istehsalçıdan son müştəriyə qədər keçən yolu özündə əks etdirir və bazarda baş verən proseslər barədə bizə tam aydın məlumat verir.

İkinci məsələ. Müştərinin nə aldığınyı təyin edin. Seqmentasiya prosesi alınan məhsula görə deyil, əldə edilən faydaya görə aparılmalıdır. Əgər müştəri jurnal alırsa ona lazım olan informasiyadır və ya avtomobil alan insanın ehtiyacı status və ya sadəcə rahatlıq ola bilər. Seqmentasiya prosesi yalnız ehtiyaca görə aparılanda fayda verə bilər.

Üçüncü məsələ. Seqmentasiya prosesində daimilik ən vacib şərtlərdəndir. Hər dəfə araşdırma etdiyiniz zaman fərqli

seqmentasiya sxemlərindən istifadə etməyin. Seqmentasiya şirkətin daxili standartı səviyyəsində olmalıdır və bu standartdan dəyişilməsi bu istiqamətdə aparılan fəaliyyətin faydasını sıfıra endirə bilər.

Sözün açıq seqmentasiya barədə danışmaq sonsuzdur və bu marketinqin əvəzedilməz funksiyasıdır. Gələn yazılarda bu barədə daha ətraflı yazacam.

[İlkin Manafov haqqında](#)

[Brending rubrikası](#)