

Segmentace targeting positioning

6. seminář



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Ing. Ondřej Mikšík

Opakování

- Segmentace
- Targeting
- Positioning



Týmový úkol za 2 body



- Jste marketingový tým CK Fischer
 - 1) Máte za úkol identifikovat, jaké segmenty zákazníků jsou na trhu. (aspoň 3)
 - 2) Dále určete, jak jsou jednotlivé segmenty velké pomocí Atlasu Čechů – každý segment musí mít aspoň 2 kritéria (viz screen)
 - 3) Vyberte, na který segment se zaměříte a volbu zdůvodněte.
 - 4) Určete, kdo jsou vaši konkurenti (aspoň 2), v čem jsou vaše konkurenční výhody a jaké jsou prvky rozpoznatelnosti vaší značky.
-

Průnik skupin

Otestujte si na této skupině
třeba vaši novou kampaň.

Chci výzkum

6%

400 000 lidí

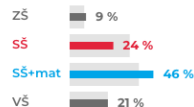
● Více než v celé populaci ● Podobně jako v celé populaci ● Méně než v celé populaci

Když kliknete myší na graf, uvidíte detailní popis.

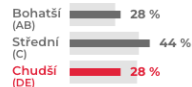
Pohlaví



Vzdělání



Ekonomická situace



Věk



Region



Týmový úkol za 2 body



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

5) Úkol odevzdejte na papíře nebo pošlete na e-mail.

6) Jeden tým může výsledky odprezentovat a dostane bod navíc.
