

### Proč provést segmentaci trhu?

- Uspokojíte potřeby vašich zákazníků
- Osloužíte pouze ty zákazníky, pro které je nabídka určena. Vaše reklamní aktivity se tak stanou účinnější a účinnější.
- Ušetříte nemalé finanční prostředky díky přesnému zacílení.
- Vaše komunikace a distribuce se stane efektivnější.
- Eliminujete nebezpečí konkurenčních válek.
- Získáte konkurenční výhodu.

### Využití segmentace trhu

- *Jaká je cílová skupina zákazníků?*
- *Kdo jsou vaši zákazníci?*
- *Co zákazníci přijímají a co naopak odmítají?*
- *Co zákazníci chtějí a kolik jsou za to ochotni zaplatit?*
- *Jaké jsou zákaznické potřeby a požadavky?*
- *Co hledají zrovna vaši zákazníci?*
- *Co na Vás Vaši zákazníci nejvíce oceňují?*
- *Kdo by měl patřit mezi vaše zákazníky? Na jaký typ zákazníků se chce zaměřit?*

### Segmentace trhů cestovního ruchu

#### Segmentace trhů cestovního ruchu

- segment demografický (věk, pohlaví, složení rodiny)
- segment psychologický (potřeby, zájmy)
- segment podle vzdělání a úrovně znalostí
- segment podle kupního chování
- segment podle ekonomiky (finanční možnosti, příjmy, jak budou zákazníci platit, jako jsou příjmy strukturované, jak se dívají na ceny v cestovním ruchu)
- segment regionální (ze kterých oblastí, do kterých oblastí by chtěli cestovat)

zaměření se na určité segmenty

vzniká určitý náhled na cestovní ruch => vytváření svého image, jména a také okruhu klientů => na základě toho se vytváří marketingová strategie

s tím souvisí i marketingový výzkum = určitá marketingová kontrola – co se zákazníkům líbílo či nelíbilo, co chtějí přístě změnit, co by bylo vhodné zlepšit  
=> zpětnou kontrolou např. jednoduchým dotazníkem se od zákazníků může zjistit skutečnost

### Segmentační faktory pro spotřebitelské trhy

#### geografická kritéria

faktory	Typická specifikace
Světová oblast (teritorium)	střední a východní Evropa, západní Evropa, USA, Afrika, Austrálie, ...

Stát	Česká Republika, Polsko, Německo, Slovensko, Rakousko, Itálie, ...
Region, kraj, okres	Vysočina, Jihlavsko, Jihlava, Praha, Ostravsko, ...
Velikost oblasti	<i>podle počtu obyvatel, rozlohy, ...</i>
Velikost obce (města)	pod 5 000, 5 000 - 20 000, 20 000 - 50 000, 50 000 - 100 000, 100 000 - 250 000, 250 000 - 500 000, 500 000 - 1 000 000, nad 1 000 000 obyvatel
Typ osídlení, charakter oblasti	městské, předměstské, venkovské, průmyslová oblast, ...
Podnebí	severské, mírné, větrné, subtropy, tropy, ...
Morfologie krajiny	velehory, hory, pahorkatina, rovina

#### demografická kritéria

faktory	Typická specifikace
Věk	do 6 let, 6 - 11, 12 - 19, 20 - 34, 35 - 49, 50 - 64, 65 a více
Pohlaví	muž, žena
Velikost rodiny	1 - 2, 3 - 4, 5 a více
Fáze životního cyklu rodiny	mladý - sám, mladý - ženatý - bez dětí, mladý - ženatý - dítě mladší 6 let, mladý - ženatý - nejmladší dítě 6 a více, starší - ženatý s dětmi, starší - ženatý - žádné dítě pod 18 let, starší - sami, jiní

#### socioekonomická kritéria

faktory	Typická specifikace
Příjem rodiny	pod 10 000, 10 000 - 20 000, 20 000 - 30 000, 30 000 - 50 000, 50 000 a více
Povolání	vrcholový řídící pracovník, řídící pracovník, úředník, majitel, obchodník, mistr, učitel, řemeslník, dělník, zemědělec, důchodce, student, v domácnosti, nezaměstnaný
Vzdělání	základní, vyučen, SO, ÚSV, ÚSO, VŠ univ., VŠ techn., postgrad. VŠ

#### etnografická kritéria

faktory	Typická specifikace
Náboženství	katolické, římskokatolické, protestantské, židovské, ...
Rasa	bílá, černá, ...
Národnost	česká, slovenská, maďarská, ruská, běloruská, ...