

6.

Strategji Marketingu

Analiza e Konkurencës

Strategji Marketingu

Strategjia e Segmentimit te Tregut

Nivelet e Segmentimit te tregut.

Segmentimi është ndarja e Tregut në grupe të vogla të Blerësve të cilët kanë Kërkesa, Sjellje dhe Motive të ngjajshme për të cilët duhet krijuar Strategji të Veqanta.

*Tregu i Konsumit të pëgjithshëm
(Konsumuesit)
Blerësit Individual*

Marketingu Masiv
HOMOGENE

*Tregu Industrial
(Biznesor)*

Veprimtaritë Biznesore

**Kërkesa , sjellje, dhe
Motive të ndryshme**

HETEROGENE

**TREGU I
AUTOMJETEVE**

**Kërkesa , sjellje, dhe
Motive të ngjajshme
HOMOGENE**

Statusi shoqërorë

S3

Fuqia Blerëse

S2

Stili i Jetesës

S4

S1

Strategji Marketingu

- Konsumatorët dallojnë përnga nevojat dhe dëshirat e tyre, aftësi të tyre blerëse, vendndodhjes, qasjeve të tyre ndaj blerjes etj.

Tregu i Konsumit të pëgjithshëm
(Konsumuesit)
Blerësit Individual

Marketingu Masiv
HOMOGENE

Tregu Industrial
(Biznesor)

Veprimtaritë Biznesore

Kërkesa , sjellje, dhe
Motive të ndryshme

HETEROGENE

**TREGU I
AUTOMJETEVE**

Kërkesa , sjellje, dhe
Motive të ngjajshme
HOMOGENE

Statusi shoqërorë

S4

S1

S3

S2

Fuqia Blerëse

Stili i Jetesës

I. Segmentimi I tregut në bazë të **PREFERENCAVE** : **Homogjene, Të Shpërndara, Të Grupëzuara**

Strategji Marketingu

Strategjia e Segmentimit të Tregut

Nivelet e Segmentimit të Tregut

Trajtimi dhe Njohja e Grupit të Blerësve !

**2. Marketingu i
koncentruar
(Niche, Kamare)**

**Teknika të veqanta të qasjes ndaj Grupit të blerësve që
kan Kërkesa të veqanta / specifike.**

Ndërmarrje të Vogla me Resurse të Limituara

Strategji Marketingu

Strategjia e Segmentimit të Tregut

Nivelet e Segmentimit të Tregut

Forma më specifike e **SEGMENTIMIT** të tregut ?

Trajtimi dhe Njohja e çdo Blerësi Individual !

3. Marketingu për një Person

Teknika të veqanta të qasjes ndaj Grupit të blerësve që
kan Kërkesa të veqanta / specifike.

KONSUMATORIZMI (Customization)

Strategji Marketingu

Strategjia e Segmentimit të Tregut

Nivelet e Segmentimit të Tregut

Forma më specifike e SEGMENTIMIT të tregut ?

KONSUMATORIZMI (Customization)

SHEMBULL

1. Dizajnimi i Produktit për nevoja të veqanta të një Individidi

- a. Skanimi i Trupit me rastin e Blerjës së Veshëmbathjeve**
- b. Personalizimi i Produktit**
- c. Përshatja e Produktit**

Strategji Marketingu

Strategjia e Segmentimit të Tregut

Nivelet e Segmentimit të Tregut

4. Marketingu LOKAL (Mikromarketing)

**Strategjitë e Marketingut të cilat i përshtatën Nevojave
Specifike të Grupeve Lokale të Konsumatorëve.**

- a) Zona Tregtare; b) Zona Urbanistike ;**
- c) Shitore Individuale apo Specializuara.**

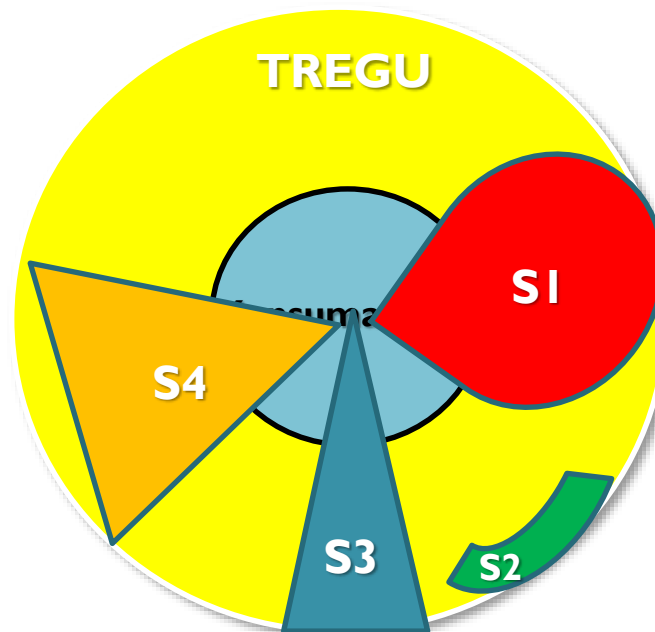
Strategji Marketingu

Strategjia e Segmentimit të Tregut

Kriteret e segmentimit të Tregut

DEMOGRAFIK

- * Gjinia
- * Moshë
- * Edukimi
- * Familja/cikli
- * Profesioni
- * Të hyrat
- * Kombësia
- * Religjioni



Strategji Marketingu

Strategjia e Segmentimit të Tregut

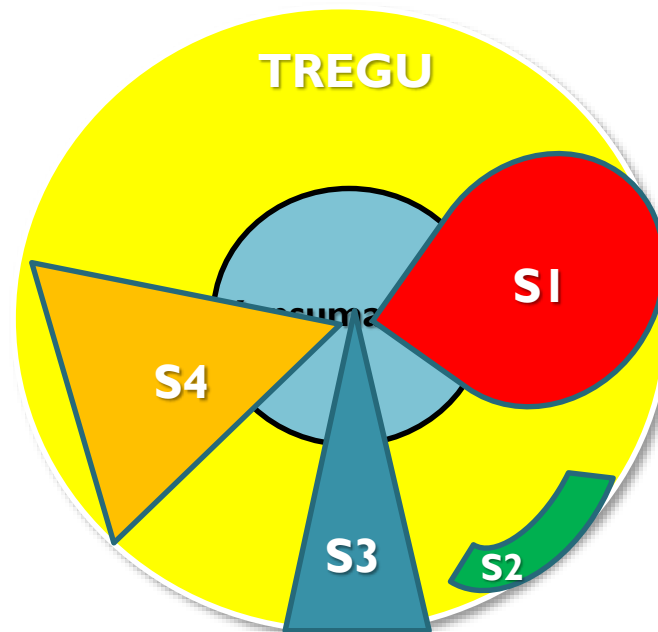
Kriteret e segmentimit të Tregut

DEMOGRAFIK

- * Gjinia
- * Moshë
- * Edukimi
- * Familja/cikli
- * Profesioni
- * Të hyrat
- * Kombësia
- * Religjioni

GJEOGRAFIK

- * Regjioni
- * Shteti(Klima)
- * **VENDI**
- * Madhësia



Strategji Marketingu

Strategjia e Segmentimit të Tregut

Kriteret e segmentimit të Tregut

DEMOGRAFIK

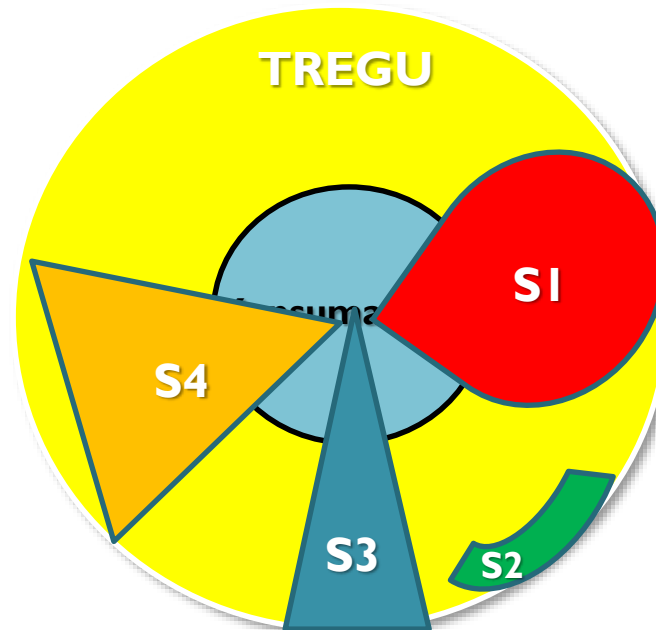
- * Gjinia
- * Moshë
- * Edukimi
- * Familja/cikli
- * Profesioni
- * Të hyrat
- * Kombësia
- * Religjioni

GJEOGRAFIK

- * Regjioni
- * Shteti(Klima)
- * VENDI
- * Madhësia

SJELLJEVE

- * Prirjet
- * Lojaliteti
- * Informimi
- * Interesimi
- * Konsumerizmi



Strategji Marketingu

Strategjia e Segmentimit të Tregut

Kriteret e segmentimit të Tregut

DEMOGRAFIK

- * Gjinia
- * Moshë
- * Edukimi
- * Familja/cikli
- * Profesioni
- * Të hyrat
- * Kombësia
- * Religjioni

GJEOGRAFIK

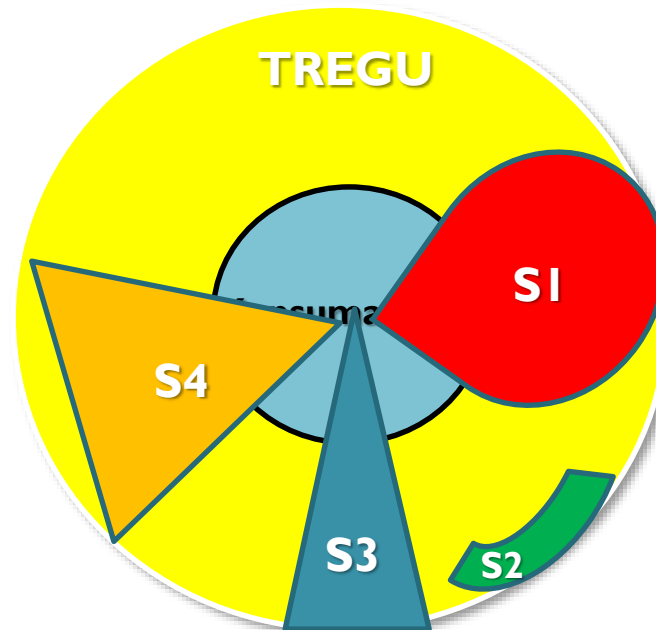
- * Regjioni
- * Shteti(Klima)
- * VENDI
- * Madhësia

SJELLJEVE

- * Prirjet
- * Lojaliteti
- * Informimi
- * Interesimi
- * Konsumerizmi

PsihoSociale

- * Ambicjet
- * Ego
- * Klasa Shq.
- * Stili Jetës



Strategji Marketingu

Kriteret për Segmentim të Tregut

1. I Matshëm

(madhësia, fuqia blerëse, profili i segmentit etj.)

2. Të ketë Qasje

(Efikasitet, lehtësi dhe qasje për tu shërbyer.)

3. I Qëndrueshëm dhe Atraktiv

(Mjaft I Madh dhe Profitabil për ta shërbyer.)

4. I Dallueshëm

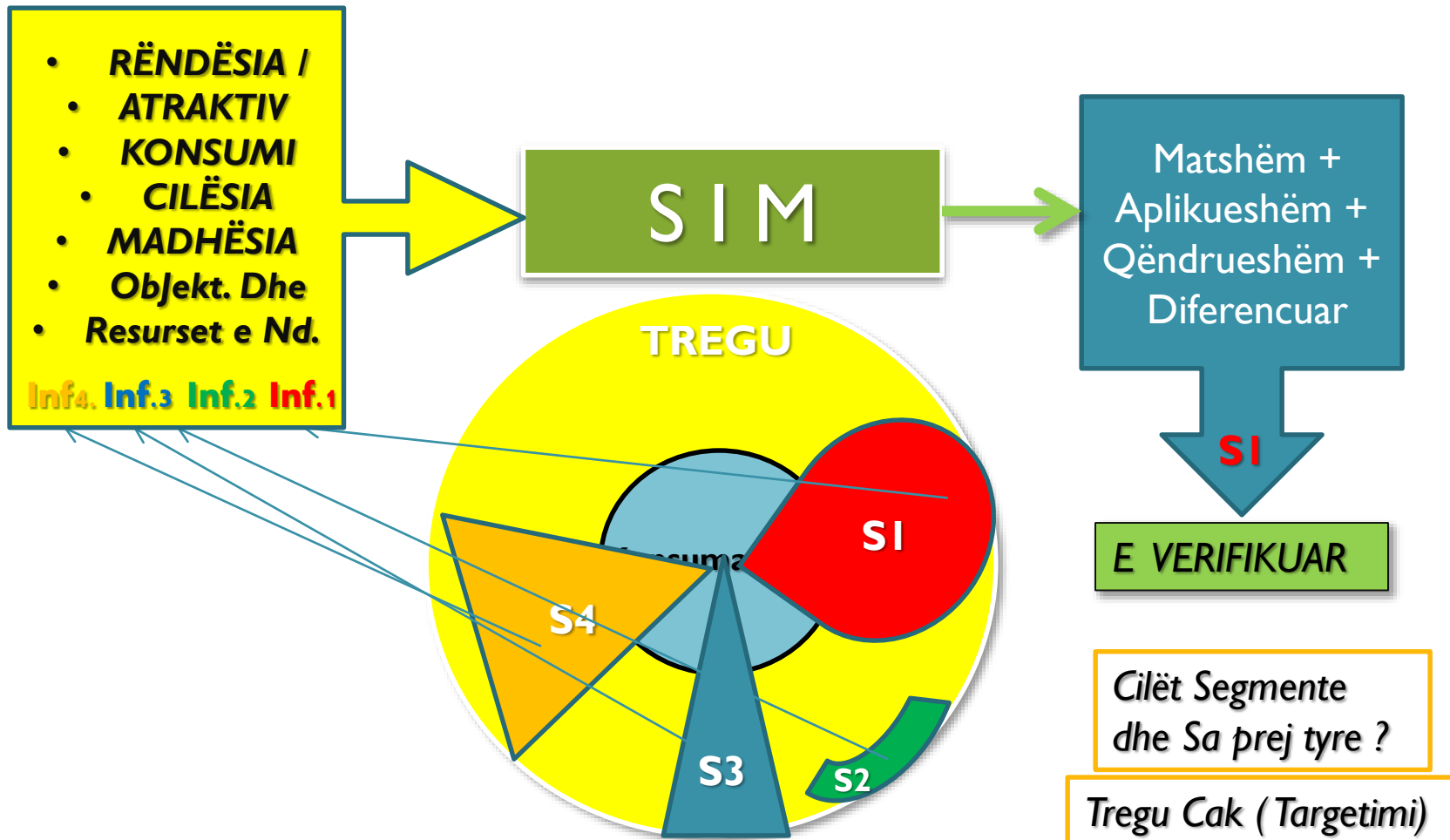
(Segmenti reagon ndryshe mvaresisht nga 4P.)

5. I Aplikueshëm

(Mvaresisht nga Objektivat dhe resurset e Ndërmarrjës)

Strategji Marketingu

Strategjia e Segmentimit të Tregut Vlerësimi i Segmenteve të Tregut



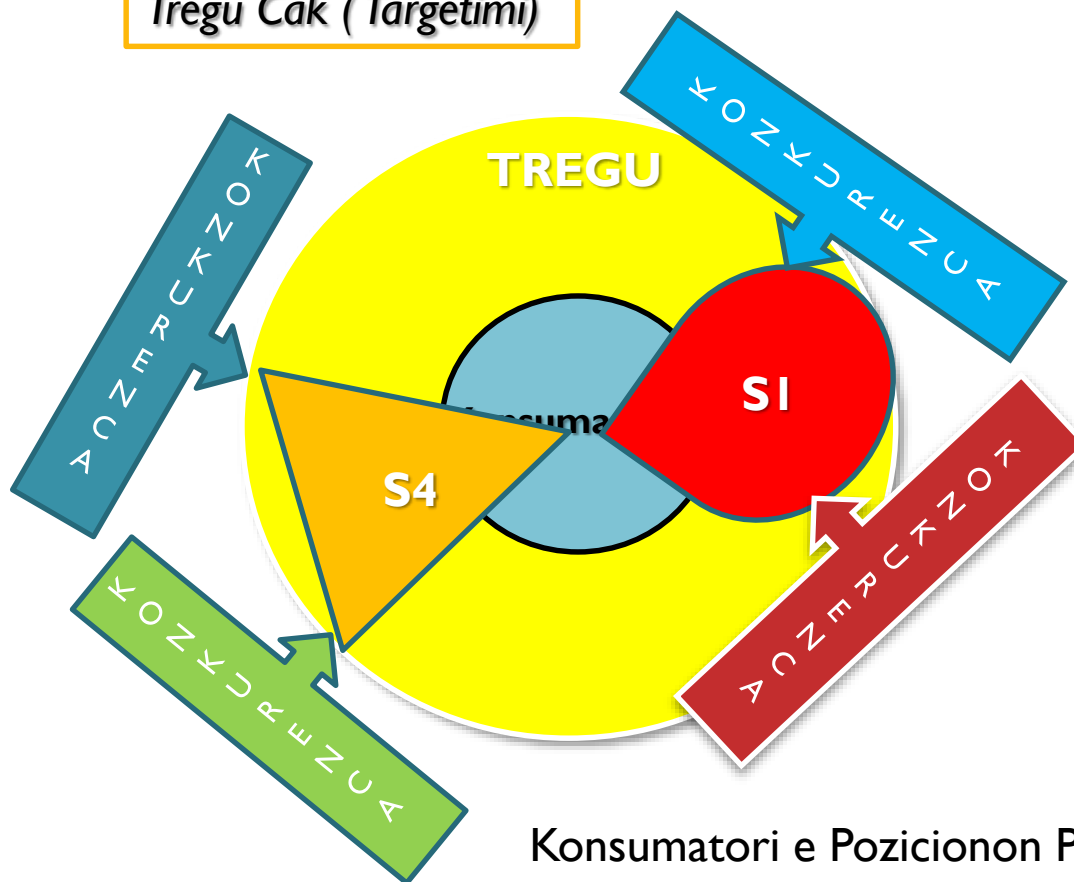
Strategji Marketingu

Strategjia e Segmentimit të Tregut

Tregu Cak (Targetimi) , POZICIONIMI

SI + S4

Tregu Cak (Targetimi)



MERCEDES

Luksoze

VOLVO

Siguri

PORSCHE

Shpejtësi

FORD Focus

Ekonomik

TOYOTA

Ekologjik

Konsumatori e Pozicionon Produktin në mendjen e vet

Marketerët duhet të krijojnë përparësi konkurruese ndaj Konkurrencës. SI ?

Strategji Marketingu

Strategjia e Segmentimit të Tregut

MERCEDES

Luksoze

VOLVO

Siguri

PORSCHE

Shpejtësi

FORD Focus

Ekonomik

TOYOTA

Ekologjik

Pozicionimi fillon me mënyrën se si Ndërmarrja DALLON në dhënjën e Ofertës në krahasim me Konkurrencën. Nëse kjo Ofertë paraqet Vlerë më të madhe për Konsumatorin se sa ajo që ia ka dhënë Konkurencën e Juaj atëherë ju keni krijuar PERPARESI KONKURUESE.

7.

Strategji Marketingu

Strategjia e segmentimit të tregut

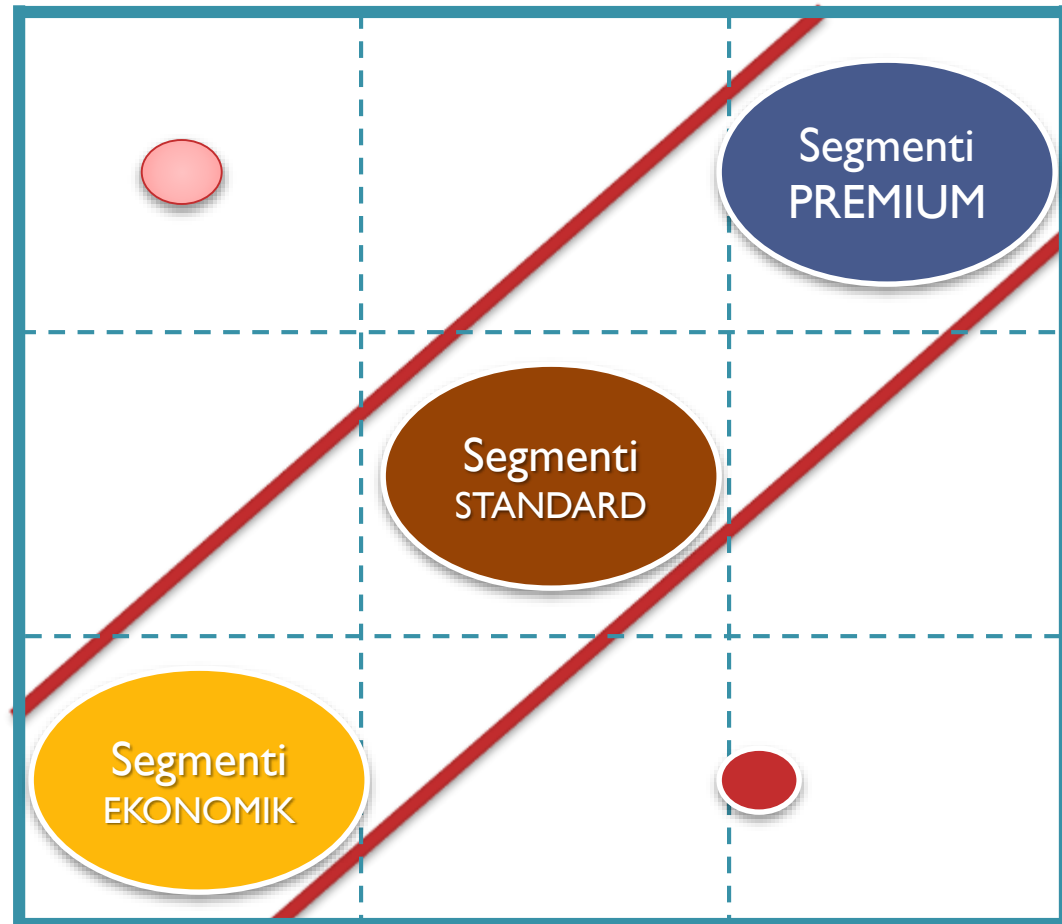
Produkti (Shërbimi) - POZICIONIMI

KUALITETI

I lartë

I mesëm

I ulët // pranueshëm



I Ulët

I Mesëm

I Lartë

ÇMIMI

Strategji Marketingu

Strategjia e Segmentimit të Tregut

POZICIONIMI dhe Dallueshmëria

STRATEGJITË E KRIJIMIT TË DALLUESHMËRISË

PRODUKT

- * Zhurma
- * Siguria
- * Shpejtësia
- * Qëndrueshm.
- * Lehtësia
- * Instalimet

SHËRBIMI & KANALI

- * Kujdesi
- * Siguria
- * Shpejtësia
- * KOHA
- * Trajn./Konsult.
- * Riparimet

NJERËZIT & IMAZHI

- * Kujdesi
- * Trajnimet
- * Shpejtësia
- * Shoqërueshm.
- * **BRANDING**

Strategji Marketingu

Zgjedhja e Strategjisë së Pozicionimit

Hapi 2. Zgjedhja e drejtë e përparësive konkurruese

Dallueshmëria e produktit p.sh. tiparet, performance, stili & dizajni, vetitë

Dallueshmëria e shërbimeve p.sh. dërgimi, instalimi, Shërbimet riparuese, shërbimet e trajnimit të klienteve

Dallueshmëria e figurës p.sh. simbolet, karakteristikat

Dallueshmëria e njerëzve p.sh. punësimi, trajnimi i njerëzve më i mirë se i konkurruesve

Dallueshmëria e Kanalit të Shpërndarjës

Strategji Marketingu

Vlerat e Ofruara

BENEFITET

Më Shum

Më Shum për
Ç. Më të Lartë

Më Shum për
Ç.të Njejtë

Më Shum për
Ç.të Ulët

Njejtë

Njejt për Ç. të
Ulët

Pak

Pak për Ç. të
Ulët

I Lartë

Njejtë

I Ulët

ÇMIMI

7.

Strategji Marketingu

PYETJE

?