تواجه المشاريع الصغيرة صعوبة في تلبية احتياجات جميع شرائح السوق بسبب محدودية مواردها. لذا، تُعد تجزئة السوق أمراً حيوياً لها، حيث تُركز الجهود والموارد على قطاع محدد من العملاء ذوي خصائص متشابهة. تعتمد تجزئة السوق على أسس متعددة، منها: الديموغرافي (الجنس، العمر، التعليم، الحالة الاجتماعية)، والجغرافي (القارة، الدولة، الإقليم)، والسلوكي (معدل استخدام المنتج، تكرار الشراء، ودرجة الولاء). يُساعد هذا التركيز على تلبية احتياجات شريحة مُحددة بكفاءة أكبر.

lakhasly.com © تم تلخيص النص بواسطة موقع لخصلي