تقسيم السوق STP لعطر للملابس هو عملية من ثلاث خطوات: تقسيم السوق إلى شرائح (Segmentation)، واستهداف شرائح محددة (Targeting)، وتحديد كيفية تقديم العطر لكل شريحة (Positioning)تقسيم السوق (Segmentation) التقسيم الديموغرافي: تقسيم العملاء حسب العمر، عطر فاخر لفئة الدخل المرتفع، أو عطر شبابي بسعر مناسب. التقسيم النفسي: يركز على شخصية العميل، قد يستهدف شريحة تبحث عن "الرقي والأناقة" أو شريحة أخرى تبحث عن "الجرأة والانطلاق". التقسيم السلوكي: يركز على سلوك الشراء الفعلي، قد يكون هناك شريحة تشتري عطورًا للمناسبات الخاصة وأخرى للاستخدام اليومي. التقسيم الجغرافي: تقسيم السوق بناءً على الموقع الجغرافي. قد يتطلب العطر المنتشر في المناطق ذات المناخ الحار نوعًا مختلفًا عن العطر المناسب للمناطق الباردة. استهداف شرائح معينة لعطور الملابس (Targeting in STP for Clothing Perfumes) أولاً، يتم استهداف الشباب من عمر 18 إلى 30 سنة، فهم يهتمون بالأناقة ويرغبون في الحفاظ على رائحة ملابسهم طوال اليوم، ثانيًا، ثالثًا، هناك الرجال المهتمون بمظهرهم، خصوصًا الذين يرتدون الملابس الرسمية والبدل، وأخيرًا، تشمل الاستهداف الأسر التي تهتم بالعناية المنزلية والملابس، حيث يبحث أفرادها عن منتجات تضيف رائحة منعشة وطويلة الأمد للملابس بعد الغسيل. تم اختيار هذه الشرائح لأنها تتمتع بقوة شرائية جيدة، واستعمال مستمر ومتكرر للمنتج، واهتمام واضح بالعناية الشخصية والأناقة، مما يجعلها الأكثر ملاءمة لعطور الملابس. تقديم عطور الملابس لكل شريحة مستهدفة (Tailored Offering for Each Segment) بعد تحديد الشرائح المستهدفة، يجب تصميم طريقة تقديم المنتج بما يناسب كل شريحة لضمان جذبهم وتحفيزهم على الشراء: 1. الشباب من 18 إلى 30 سنة: طريقة التقديم: عبوات صغيرة وعصرية يسهل حملها في الحقائب أو الجيوب. التسويق: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي مثل Instagram وTikTok، الميزات: روائح حديثة ومميزة، تدوم طويلاً وتضيف لمسة أناقة للشباب. 2. النساء العاملات: طريقة التقديم: عبوات متوسطة الحجم للاستخدام اليومي، مع رشاش يسهل الاستخدام بعد الغسيل أو قبل ارتداء الملابس. التسويق: عروض اشتراك شهري أو باقات تحتوي على مجموعة من الروائح، الميزات: عطور ثابتة لفترة طويلة، تضيف إحساسًا بالنظافة والأناقة طوال اليوم. 3. الرجال المهتمون بالمظهر: طريقة التقديم: عبوات أنيقة وكلاسيكية بحجم مناسب للاستخدام الشخصي في المنزل أو في المكتب. الميزات: رائحة قوية وفاخرة، تدوم مع الملابس الرسمية والبدل. 4. الأسر المهتمة بالعناية المنزلية: طريقة التقديم: عبوات كبيرة مناسبة للغسالات، مع إمكانية اختيار الروائح لكل نوع من الملابس. التسويق: عروض عائلية وباقات متعددة الروائح،

lakhasly.com © تم تلخيص النص بواسطة موقع لخصلي