**Кейс-задание Тема: Сегментация рынка конкретной компании:**

Компания: Туристическая база Островок, Самарская область

*1. На основе собственного практического опыта, анализа деятельности организации, в которой Вы работаете, использования печатных и Интернет-источников проведите сегментацию рынка компании.*

*Географические признаки* - жители Самары, Самарской области, а также близлежащих регионов

*Демографические признаки* - молодежь (15-24 года); молодые, активные люди (25-44 года), путешествующие с детьми и семьями; активные люди среднего возраста (45-60 лет), путешествующие без детей;

*Социально-экономические признаки* - «экономные», т.е. покупатели, которых отличает высокая чувствительность к цене, качеству и ассортименту услуг; «средний класс»

Семейное положение.Подавляющее большинство клиентов региональных туристических баз женаты (замужем) с детьми - 43% опрошенных. На втором месте - женаты без детей (их довольно много - 25%), на третьем - разведенные (17%), холостые - 15%.

*2. Какую роль может играть маркетинговое исследование в предоставлении информации для определения сегмента рынка?*

Маркетинговое исследование необходимо для осуществления успешной работы компании на текущих и новых рынках.

Целью исследования рынка потребителей является сегментирование потребителей, возможность формирования предложения для каждого сегмента, максимально удовлетворяющего потребителя, что в итоге не может не сказаться на росте объема продаж.

Маркетинговое исследование необходимо для предоставления следующей информации:

1. определение потенциальных потребителей услуг,
2. определение портрета потребителя
3. определение предпочтений в отношении отдыха,
4. определение предпочтений в инфраструктуре,

*3. Определите целевые сегменты (сегмент), стратегию охвата рынка предложенным Вами продуктом.*

Активные туристы и пассивные отдыхающие. Все категории российских и иностранных граждан: семьи, взрослые дети, городские жители. Класс: «средний»

*4. Рассмотрите роль качественного исследования для определения потребительских нужд*

Исследование потребителей — ключевой вид исследований, позволяющий определить весь комплекс факторов, которыми потребители руководствуются при выборе товара. В качестве объектов исследования могут выступать как индивидуальные потребители, семьи, домашние хозяйства (B2C), так и организации (B2B). В ходе исследования анализируются мотивация поведения потребителя, обеспеченность товарами, процессы и условия удовлетворения потребительских запросов. 5. Назовите потенциальные источники получения вторичной информации, касающейся сегментов рынка.

**Качественные методы** предполагают получение информации от небольшой группы лиц по широкому кругу вопросов. Такую информацию нельзя измерить или проанализировать количественно, но она позволяет глубже проникнуть в мотивы поведения потребителей. Качественные методы применяют при формировании маркетинговых концепций, тестирования товаров или услуг, перед количественным исследованием для создания гипотез, которые затем нужно проверить «в поле».

*5. Назовите потенциальные источники получения вторичной информации, касающейся сегментов рынка.*

Данные открытых маркетинговых исследований, данные социологических опросов, данные экспертов рынка, интервью с игроками рынка

*6. Какие методы Вы порекомендуете для сбора информации?*

Анкетирование: опрос

*7. Разработайте анкету для исследования отношений к продукции или услуге Вашей компании.*

Анкета

Уважаемые клиенты!

Примите, пожалуйста, участие в нашем опросе по исследованию предпочтений при отдыхе на туристической базе. Ваше мнение для нас очень важно!

1. *Сколько раз в году Вы совершаете туристические поездки за город на туристические базы?*
2. 1 раз в год
3. 2 раза в год
4. 3 раза в год
5. От 3 до 5 раз в год
6. Более 5 раз в год
7. Более 10 раз в годТребуется ответ
8. Другое \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
9. *В какой местности предпочитаете отдыхать?*
10. Вблизи водоемов
11. Вблизи леса
12. Другое\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
13. *Из каких источников Вы чаще всего получаете рекламную информацию о туризме?*
14. Телевидение
15. Журналы и газеты
16. Интернет
17. Наружная реклама
18. Рекламные листовки
19. Другое\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
20. *Туристические базы какого уровня Вы предпочитаете?*
21. Обычные туристические базы
22. Коттеджные туристические базы
23. Дома среднего уровня
24. Другое\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
25. *Какая стоимость отдыха на туристической базе является для Вас наиболее приемлемой (1 человек/1 сутки)?*
26. До 1000 руб.
27. От 1000 до 2000 руб.
28. От 2000 до 3000 руб.
29. От 3000 до 4000 руб.
30. От 4000 до 5000 руб.
31. Более 5000 руб.
32. *Как вы считаете, какова оптимальная продолжительность отдыха на туристической базе?*
33. 3 дня
34. От 3 до 5 дней
35. От 5 до 7 дней
36. От 7 до 10 дней
37. От 10 д 14 дней
38. Более 14 дней
39. Другое\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
40. *Какая из услуг туристической базы является наиболее значимой для Вас?*
41. Быстрое и качественное обслуживание
42. Предоставление скидок постоянным клиентам
43. Другое\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Требуется ответ

*В заключение, будьте добры, расскажите немного о себе:*

1. *Ваш пол:*
2. Мужской
3. Женский
4. *Ваш возраст:*
5. До 25 лет
6. 25-35 лет
7. 36-45 лет
8. 46-60 лет
9. Старше 60 лет
10. *Семейное положение:*
11. Женат (замужем)
12. Холост (не замужем)
13. *Есть ли у Вас дети:*
14. Да
15. Нет
16. *Образование:*
17. Неполное среднее
18. Среднее общее
19. Среднее специальное
20. Неоконченное высшее
21. Высшее
22. *Доход Вашей семьи в месяц на человека:*
23. Менее 10 тыс. рублей
24. От 10 до 20 тыс. рублей
25. От 20 до 30 тыс. рублей
26. Свыше 30 тыс. рублей

Благодарим Вас за честные ответы и потраченное время! Мы обязательно учтем Ваше мнение!

*8. Позиционируйте указанный Вами продукт на рынке среди конкурирующих аналогов.*

Комфортный отдых в экологически чистой местности.