


Αγορά στόχος (Target group)

Τμηματοποίηση είναι η κατηγοριοποίηση των δυνάμει πελατών σε μεγάλες κατηγορίες με κοινά χαρακτηριστικά.

Κριτήρια τμηματοποίησης	B2C Business2Consumers	B2B Business2Business
	Γεωγραφικά (π.χ. πελάτες στα Νότια Προάστια)	Γεωγραφικά (π.χ. επιχειρήσεις στο Ν.Αττικής)
	Δημογραφικά (ηλικία, φύλο, εισόδημα, επάγγελμα κτλ)	«Δημογραφικά» (κλάδος, μέγεθος, προϊόντα, υπηρεσίες)
	Συμπεριφορικά (συνήθειες, π.χ. αναζήτηση ή όχι της αλλαγής)	«Συμπεριφορικά» (ευαισθησία στην τιμή? παράδοση? ποιότητα?)
	Ψυχογραφικά (αξίες, στάση απέναντι στην ζωή, lifestyle)	«Ψυχογραφικά» (αναζήτηση καινοτομίας/χαμηλής τιμής, loyalty)

Persona (B2C) - Carol

<p>name Carol</p> <p>gender Female</p> <p>age 45 year</p> <p>status Single</p> <p>occupation Saleswoman</p> <p>location Amsterdam</p>		<p>bio</p> <p>Carol is a hard working mom, who does her best to create a safe and warm home for her children. She is highly invested in the lives of her children.</p>
	<p>quote</p> <p>"Sharing is caring"</p>	<p>interests</p> <p>Carol wants to help as much as possible at the school of her kids.</p>
<p>personality</p> <p>extrovert <input checked="" type="checkbox"/> introvert</p> <p>observing <input type="checkbox"/> intuition <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>thinking <input type="checkbox"/> feeling <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>judging <input checked="" type="checkbox"/> perceiving <input type="checkbox"/></p>	<p>goals in context</p> <p>Despite not having a lot of money, Carol tries to create a safe living environment for her children.</p>	<p>preferred channels</p> <p>Carol is an online shopper, because it saves her time and she can shop at any moment.</p>
	<p>frustrations in context</p> <p>Carol has little time and is annoyed with everything that costs needless time. Sometimes she worries about unexpected financial setbacks.</p>	<p>brands</p> <p>Wehkamp</p> <p>H&M</p> <p>Zara</p> <p>bol.com</p>