**Segmetiranje trga-**

*Geografski*(domači trg,evropa prekomorske države)

*Demografski*(spol,starost,socialni položaj)

*Kriterij vedenja*(zvestoba izdelkov,navade,običaji)

*Psihiološki*(družbenost,konzervativnost)

**Ciljni trgi-**

*Nedifer.trženje*-da na celoten trgu obdelujemo kupce

ne glede na razlike.

*Diferen.trženje-* pomeni da trg razdelimo na:

delne trge in jih potem obdelamo.

*Koncent.trženje-*da posebej obdelamo delni trg.

**Predmet r.trga-**

Proučujemo: znač.kupcev,nakupne motive,reakcije k.

**Tržni podatki-**

*Kvantitativni*(količinski) velikost trga…

*Kvalitativni*(kakovostni)značilnosti izdelkov…

**Anketiranje-**

***USNO***

Prednosti;

- Je hitro

-Postavimo lahko več vprašanj,

-Anketar lahko opazi še druge znač.

Slabosti;

-visoki stroški

-anketa ni anonimna,

-anketar lahko vpliva na anketiranca

***PISNO***

Prednosti;

-ni potreben anketar

-oddaljenost ni pomembna

Slabosti;

-ponavadi prejmejo malo odgovora

-naključno izbiranje podatkov

**Panel-**je posebna skupina istih oseb ali

podjetij, ki jim postavljamo podobna

vprašanja.

**Trženski splet-** Blago je izvirno(kava),

Nadomestek ali surogat, posnetek ali

imitacija,podtvorba.

**Izdelek-** je na trgu ponujen proizvod.

Prodaja izdelkov poteka v življenjskem

ciklusu. Najprej je faza uvajanja, ko

prodaja počasi narašča.V fazi zrelosti se

največ prodaja in potem postopoma nastaja

faza zasičenosti in na koncu stagnira v fazi

upadanja.

**Širina in glob.sortimenta-**

***Širina***pomeni katero skupino izdelkov bomo

ponudili.***Globina*** pomeni koliko izvedb enega

izdelka bomo ponudili.

*Diferenciac.izdelk-*pomeni,da posamezni izdelk.

ponujamo v številnih različicah.

*Diverzifikacijo izdelk.-*da podjetje prejme v

proizvodni programu izdelke, ki jih do sedaj

niso prodajali.

*Varvacija-* da izdelkom spremenimo nekatere

njegove lastnosti.

Eliminacija- da iz proizvodnje ali prodaje izdelke

umaknemo.

**Cenovna politika-**

*Podjetnik določi ceno odvisno od razmerja;*

Ponudbo in povpraševanjem,od sestave trga,

Preferenc,elastičnosti cen.

*Vrste preferenc*-osebne,stvarne

**Diferencija cen-**

-Regionalno ali prostorsko diferenc.

-časovna diferenciacija

-diferenciacija cen po uporabnikih

-kalkulativna izravnava

**Rabatna-**

-količinski rabat,zvestobni rabat,

časovni rabat, rabat ob uvajanju.