

Сегментация рынка (Market segmentation)

Разделы: [Бизнес-задачи](#)

Loginom: [Кластеризация \(обработчик\)](#), [EM Кластеризация \(обработчик\)](#)

Решения: [Loginom Customer Segmentation](#)

Сегментация рынка — это разделение рынка на группы покупателей, обладающих схожими характеристиками, с целью изучения их реакции на предложение того или иного товара или услуги. Результаты таких исследований позволяют компаниям сосредотачивать свое внимание на наиболее перспективных с точки зрения прибыльности сегментах.

Сегментация может производиться как на потребительском, так и на промышленном рынке. Для потребительского рынка она может быть выполнена по различным признакам:

- географическому;
- демографическому;
- психологическому;
- поведенческому и т.д.

Иногда компании для получения всеобъемлющей информации о покупателях выделяют сегменты на основе совокупности признаков.

Современные аналитические технологии [Data Mining](#) предоставляют исследователям рынка различные модели анализа, а также методы и алгоритмы для решения задач сегментации. Одним из наиболее эффективных инструментов является кластеризация, которая позволяет выделять группы покупателей и клиентов по интересующим признакам.