

6 STP(1) ()

학습목표

1. STP .
2. STP .
3. .

학습내용

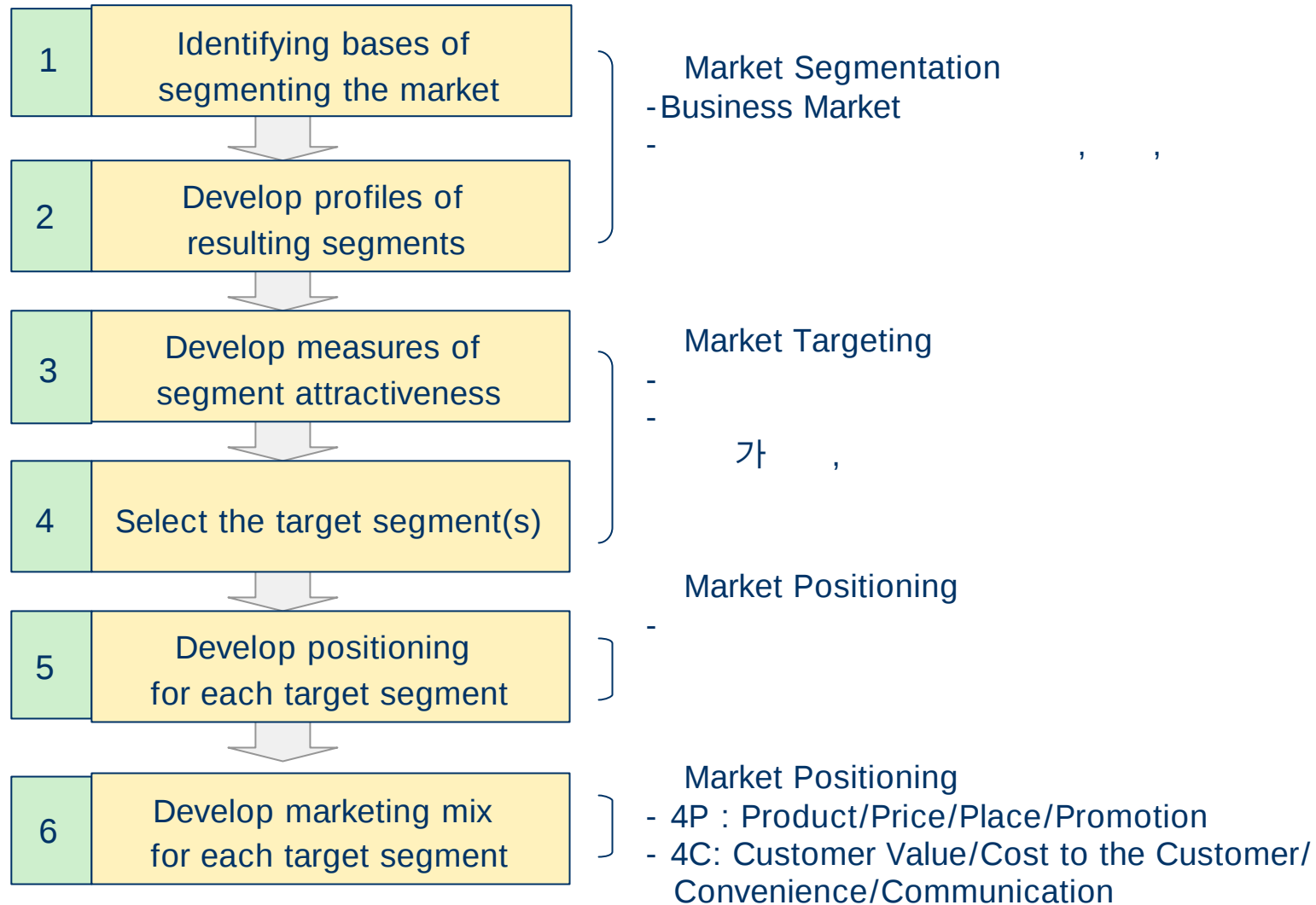
1. STP
- 2.
- 3.
- 4.

1. STP

STP

3

(1) STP



2.

“Segmentation =
The Strategy of Subdividing the Market ”

(1)

1) 가 (measurability)

2) 가 (accessibility)

3) (substantiality)

4) 가 (actionability)

가 .

가 .

2.

(2)

1) 1 :

-

,

.

-

.(

,

,

,

,

,

,

)

2) 2 :

-

.

3) 3 :

-

,

.

,

.

2.

(3)

1

1)

Segmentation category	Description
Products	, 가 , , / , , / , , 가
Customer	, ,
Geography	, ,
Distribution Channels	, , , ,

2.

(4)

2

2)

		, , , , , ,
		, , , , ,
		, , ,
		/ , / /
		10 , 20 , 30 ...
	/	, , /
	가	1 , 2 , 3~4 , 5
		1 , 2 , 3
	가	, (), / ,
		000 , 0000
		, , , , ,
		, , ,
		, , ,
	/	, , / , , ,

2.

(4)

2

2)

		,
		,
	/ /	,
		,
	()	,
		無, / / /
		,
		,
		,
		,

2.

(5)

3

3)

		, , , e-Biz
	/	
	/	Nonuser, Light User, Medium User, Heavy User
		/ /
		(, / , /)
		가 가, 가 가
		, , ,
		,가 ,

[: Segmenting the Industrial Market (Bonoma & Shapiro, 1983)]

2.

(5)

3

3)

		/ /
		/ /
	-	/가 가 가
		가? 가?

2.

(6)

*

1 page	2 page
[자동차 사용 환경 개선을 위한 연구]	1. 귀하가 자동차를 운전하는 주된 용도는 어떤 것입니까? 1)출퇴근용 2)나들이용 3)물품 이동 4)오락/기분전환 5)기타()
이 설문지는 자동차를 이용하는 여러분의 생활 패턴을 알아보고, 보다 편리하게 사용할 수 있는 환경을 알아보 고자 하는 것입니다. 질문에 정답이 있는 것이 아니므 로, 여러분이 평소에 생활하시는 바 대로 응답해 주시면 됩니다. 여러분의 응답은 연구의 귀중한 자료가 되오니 가급적 한 문항도 빠짐없이 답해 주시기 바랍니다.	2. 1주일에 평균 자동차를 몇 회 이용하십니까? 1)7회 2)6회 3)5회 4)4회 5)3회 6)2회 7)1회이하
	3. 귀하는 자동차에 대해 전문지식을 얼마나 가지고 있습니까? 1)전혀모른다 2)거의 모른다 3)잘 모르는 편이다 4)보통이다 5)조금 안다 6)어느정도 안다 7)아주 잘 안다
	4. 자동차 잡지를 구독하고 계십니까? 1)예 2)아니오
	5. 귀하는 자동차를 구매할 당시 어떤 점에 가장 비중을 두었습니까? 1)견고함 2)편안한 공간 3)경제성(연비) 4)차량스타일,색 5)기타()
	6. 귀하는 1달 평균 외식을 얼마나 하십니까? ()회 정도
	7. 귀하의 성별은? 1)남 2)여
	8. 귀하의 학력은? 1) 대학원졸 2)대졸 3)고졸 4) 중졸이하 5) 기타()
감사합니다.	
00 자동차 생활 연구소	* 설문에 응해 주셔서 감사합니다.
2002년 0월 0일	

2.

(6)

—

* 1

	1 ()	2 ()	3 ()	4 (/ /)
/		/		/
()	5	3	6	2
(7)	3	3	4	6
/	(2%)/ (92%)	(30%)/ (70%)	(100%)	(76%)/ (24%)
()	2	8	1	7
				,
	(20%) (60%)/ (20%)	(45%)/ (45%)/ (10%)	(23%)/ (70%)/ (7%)	(78%)/ (20%)/ (2%)
(%)	45	30	5	20

2.

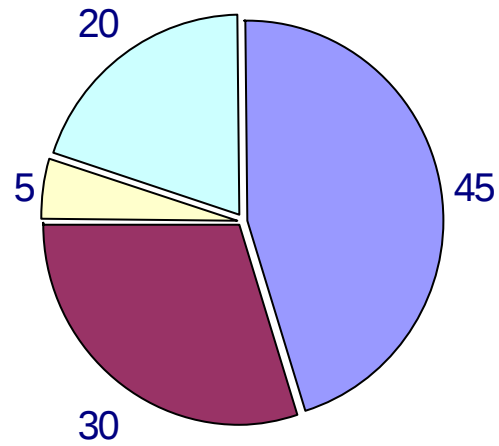
(6)

—

*

2

(%)



1()



2()



3()



4(/ /)

2.

(6)

—

*

	Description			
(1)	/	1,000 ~ 1,800cc		S /
2				
3				
4				

2.

(7)

가

가

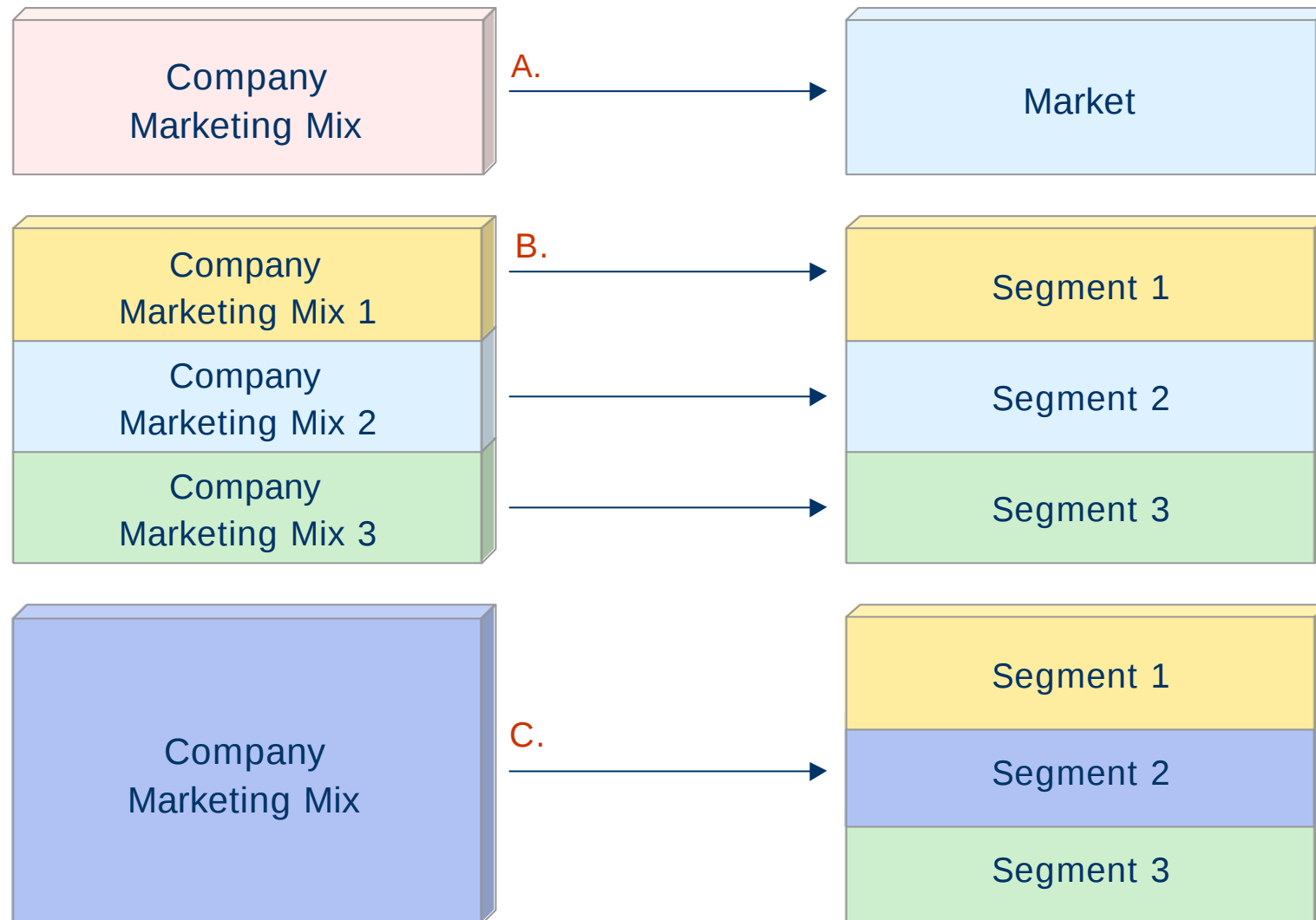
가

KBF(Key Buying Factors)

	KBF (Key Buying Factors)			
	1	2	3	4
/				
/AS				
/				
/				
가				

3.

(1)



3.

(2) 가

$$= f (\quad , \quad , \quad)$$

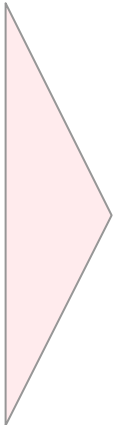
가	
	(가,)
/	/
	가
	가?
	(, 가?)

3.

(3)

가

			(H/M/L)	Key Success Factors
1				
2	5	12%	High	()
3				
4				



- ?
- ?
- ?
- ?
- ?
- ?



3.

(4)

/

/

()

,가

↓

A	Off Line				
	On line				
B	1 Type				
	2 Type				
C					
D					
E					

→

1

2

3

4

Attractive Segments () H : High M : Medium L : Low

3.

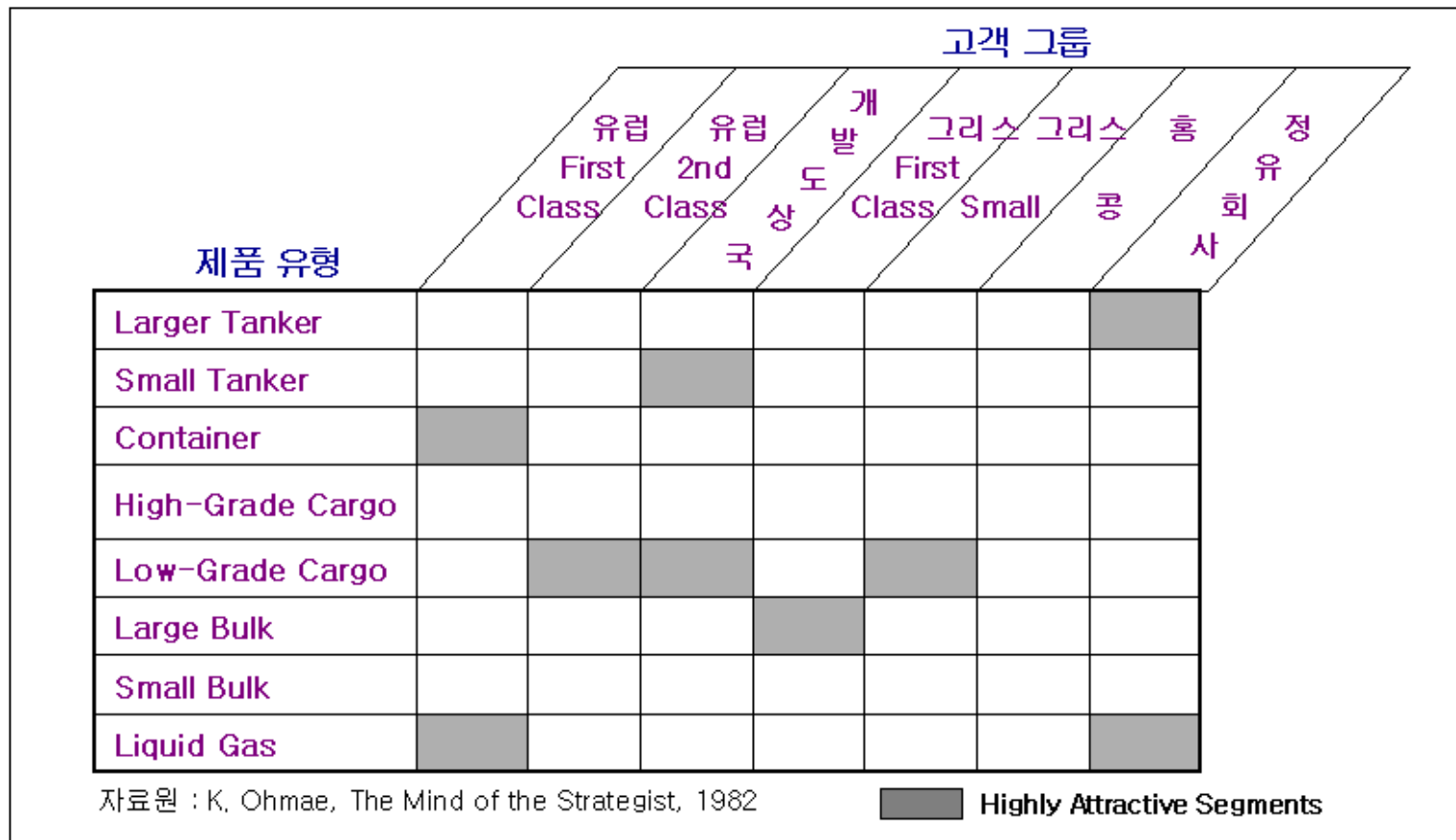
(4)

/

*

/

/



가: 3

(/ /)

5

가

가

가

.

가

가

3.

(5)

1)

-
-
-
-
-

2)

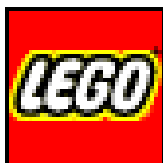
-
-
-
-
-

4.

(1)

* ' (Kidult) ?

' (kid;) ' (adult;) ,



4.

(2)



*

- 가, 가, 가, 가 , 4가

.

- 가 가 가

.

- 가 가 , 가 ,

가 , 가

.