# Måder at segmentere på

Her er opstillet seks overordnede måder at segmentere en kundegruppe på. Det kan gøres ud fra:

1. **Geografiske kriterier**
	* Lande, byer, landsdele, kontinenter
2. **Socioøkonomiske/demografiske faktorer (målbare ting)**
	* Alder, køn, uddannelse, indkomst, religion, sprog
3. **Psykologiske kriterier (subjektive ting)**
	* Livsstil, værdier, principper, hobbyer, interesser
4. **Adfærdsmæssige kriterier (her er vi mere bevidste om valg og fravalg)**
	* Hvornår opdager man at man vil købe produktet
	* Købsadfærd ift. kvalitet, pris og politik (tre typer)
	* Brand (mærke) loyalitet (fire typer)
5. **Købsmotiver (her kan vi være mere ubevidste om valg og fravalg)**
	* Fire typer ift. hvad man vil signalere over for andre
	(social status)
6. **Minervamodel (livsstil og adfærd)**
	* Fem segmenter som også fortæller noget om vores politiske ståsted (der er også et gråt segment, som indeholder lidt fra alle af de fire andre segmenter).
	Se model:



# Opgave

Nu har I fået tildelt en af de seks segmenteringsmetoder.

1. Lav et spørgeskema på lectio, som I kan bruge til jeres segmenteringsanalyse af holdet. Alle på holdet (inklusiv jer selv) skal svare på spørgeskemaet.
	* Spørgeskemaet skal være anonymt.
	* Lav gerne omkring 8 spørgsmål.

Når I laver spørgeskemaet på lectio, skal I sørge for at udfylde datoerne øverst, så det bliver tilgængeligt for holdet. Tjek om I selv kan se jeres spørgeskema på forsiden af jeres lectio.