

KVIZ – Ciljni marketing

1. Poređajte sledeće delove rečenica u pravilan niz (označite ih brojevima):

... kriterijumi za segmentaciju tržišta su: ...	Jedna od faza ciljnog marketinga...	... da kompanija identifikuje svoje ciljne grupe. Osnovni...
... geografski, demografski, psihografski i bihevioristički.	... segmentacija tržišta, koja omogućava...	

2. Segmentacija tržišta se koristi kako bi kompanije definisale odgovarajuće ciljne segmente kojima se namenile svoje proizvode. Razmotrite sledeće izjave i zaokružite da li su tačne ili netačne:

Segmentacija tržišta je deo ciljnog marketing.	tačno	netačno
Pozicioniranje je deo segmentacije tržišta.	tačno	netačno
Segmentacija tržišta se vrši na osnovu 4 kriterijuma.	tačno	netačno

3. Povežite izraze sa odgovarajućim elementima:

<u>Izrazi</u>	<u>Elementi</u>
<i>Geografski</i>	Stav kupca
	Način života
<i>Demografski</i>	Lične karakteristike
	Pol
<i>Bihevioristički</i>	Lična primanja
	Grad
<i>Psihografski</i>	Status potrošača
	Pokrajine

4. NIVEA for men je kreirala kolekcije za negu tela i lica za muškarce na osnovu (obeležite tačan odgovor):

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Mišljenja žena | <input type="checkbox"/> Posebnih potreba svojih korisnika |
| <input type="checkbox"/> Ekonomičnosti proizvodnje | <input type="checkbox"/> Potencijalnog profita |

5. Kolekcija REVITALIZATION – Q10 namenjena je muškarcima koji imaju kakav tip kože? (zaokružite tačan odgovor)

- a) Kožu sklonu mašćenju,
- b) Osetljivu kožu,
- c) Kožu koja stari,
- d) Normalan tip kože.

6. Prilikom kreiranja kolekcije REVITALIZATION – Q10, NIVEA for men je kao ključni element za segmentaciju tržišta krajnjih korisnika koristila jedan od sledećih kriterijuma (zaokružite tačan odgovor):

- a) spremnost potrošača na kupovinu (bihevioristički),
- b) način života (psihograrfski),
- c) mesto stanovanja (geografski),
- d) životno doba (demografski).