

เอกสารประกอบการอบรมเรื่องการระบุกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด (Target segmentation and target market identification tools)

กิจกรรม 1 การระบุกลุ่มเป้าหมาย (Target segmentation and target market identification)

กลุ่มตลาด (Customer Segment)	กลุ่มตลาดย่อย (Sub-customer segment) (ถ้ามี) = prospect customer	กรองกลุ่มตลาด (Target market verification factors)				ระบุกลุ่มเป้าหมาย (Target customer)
		มีขนาดใหญ่เพียงพอ และมีการเติบโต (Sufficient market size?)	ระบุคุณค่าสินค้า/ บริการตอบกลุ่ม ตลาดได้ชัดเจน (Degree of value appreciation)	สามารถเข้าถึงได้ (Accessible of target)	สภาพตลาดแข่งขัน รุนแรง (Levels of competition)	
		Yes/No	Yes/No	Yes/No	Yes/No	
		Yes/No	Yes/No	Yes/No	Yes/No	
		Yes/No	Yes/No	Yes/No	Yes/No	
		Yes/No	Yes/No	Yes/No	Yes/No	

		Yes/No	Yes/No	Yes/No	Yes/No	