

المحاضرة 16

قياس فعالية التجزئة السوقية باستخدام
معامل التشابه ((Silhouette Score)

التجزئة السوقية

هي عملية تقسيم السوق إلى مجموعات متجانسة من العملاء بناءً على خصائص مشتركة، مما يساعد الشركات على استهداف كل شريحة باستراتيجيات تسويقية مخصصة.

معايير التجزئة السوقية :

- 1.التجزئة الديموغرافية العمر، الجنس، الدخل، التعليم، والحالة الاجتماعية.
- 2.التجزئة الجغرافية الدولة، المدينة، أو المناخ.
- 3.التجزئة النفسية أنماط الحياة، القيم، والاهتمامات.
- 4.التجزئة السلوكية الولاء للعلامة التجارية، تكرار الشراء، والفوائد المرجوة.
- 5.التجزئة على أساس المنافع تالفوائد التي يسعى المستهلك للحصول عليها من المنتج.

خصائص الشريحة السوقية الجيدة

1. قابلية للقياس يمكن تحديد حجمها وخصائصها بدقة.
2. يمكن الوصول إليها يمكن استهدافها عبر القنوات التسويقية المتاحة.
3. كبيرة بما يكفي تكون ذات حجم مناسب يحقق ربحية للشركة.
4. قابلة للتمييز تختلف عن الشرائح الأخرى بشكل واضح.
5. يمكن استهدافها بفعالية يمكن تطوير استراتيجيات تسويقية مناسبة لها.

استراتيجيات الاستهداف

التسويق غير المتميز: استهداف السوق كله بنفس الرسالة (مثل كوكاكولا).

التسويق المتميز: استهداف عدة شرائح برسائل مختلفة (مثل نايكي).

التسويق المركز: التركيز على شريحة محددة (مثل رولكس).

التسويق المخصص: استهداف أفراد أو مجموعات صغيرة (مثل Nike By You)

التمركز السوقي

1. التمركز القائم على السعر: تقديم المنتج بأسعار تنافسية.
2. التمركز القائم على الجودة: التميز بجودة عالية.
3. التمركز القائم على الفوائد: التركيز على فائدة معينة للعميل.
4. التمركز القائم على الاستخدام: تسويق المنتج لاستخدام معين.
5. التمركز القائم على المنافسة: مقارنة المنتج بالمنافسين بشكل مباشر.

معامل التشابه (Silhouette Score) هو مقياس يستخدم لتقييم مدى جودة التجزئة

السوقية بعد تطبيق تحليل المجموعات (Cluster Analysis). يحدد مدى تجانس

العملاء داخل كل مجموعة ومدى تميز كل مجموعة عن الأخرى.

معادلة حساب معامل التشابه

L'équation de l'indice de silhouette en français, de gauche à droite, est :

$$S(i) = \frac{b(i) - a(i)}{\max(a(i), b(i))}$$

حيث:

• $a(i)$ = متوسط المسافة بين العميل i وباقي العملاء في نفس مجموعته (مدى التقارب داخل المجموعة).

• $b(i)$ = متوسط المسافة بين العميل i ومجموعة أخرى (مدى التمايز عن المجموعات الأخرى).

• $S(i)$ = قيمة معامل التشابه للعميل i .

حساب متوسط $S(i)$ لجميع العملاء يعطينا معامل التشابه الكلي S_{avg} ، الذي يمثل جودة التجزئة ككل.

Average

المتوسط