

## سجل في الكورس

## تقسيم السوق

كل شيء يمكن أن يكون أساساً للتقسيم — العمر، الدخل، التعليم، الدين، الجنس، الجغرافيا، النفسي، السلوكي

## المفهوم في سطر

الدرس بدأ باختبار مفاجئ: شو ممكن نقسم السوق على أساسه؟ الجواب: **كل شيء** — العمر، الدخل، التعليم، الدين، الجنس، الجغرافيا، النفسي، السلوكي. المهم تعرف شو المنتج اللي عندك وتقسم السوق بناءً عليه.

## 1 أنواع تقسيم السوق

| نوع التقسيم   | الأساس                            | مثال                                         |
|---------------|-----------------------------------|----------------------------------------------|
| ديموغرافي     | العمر، الدخل، التعليم، الجنس      | ألبسة لكل فئة عمرية، مطاعم غالية ورخيصة      |
| ديني / عقائدي | الإيمان والمعتقدات                | بنوك إسلامية، طعام حلال، ألبسة محجبات        |
| جغرافي        | البلد، المنطقة، المحافظة          | أسعار مختلفة حسب المدينة والتوزيع السكاني    |
| نفسي          | الدوافع النفسية (الفخامة، التميز) | مرسيدس و BMW للفئة الباحثة عن مكانة اجتماعية |
| سلوكي         | أنماط التفاعل والشراء             | شركات الاتصالات تعطي عروض حسب الاستخدام      |

## م مصطلحات أساسية

| المصطلح بالعربية | بالإنجليزية         | المعنى                                      |
|------------------|---------------------|---------------------------------------------|
| تقسيم السوق      | Market Segmentation | تقسيم الزبائن المحتملين إلى مجموعات متجانسة |
| ديموغرافي        | Demographic         | تقسيم حسب العمر، الجنس، الدخل، التعليم      |
| نفسي             | Psychographic       | تقسيم حسب القيم، الدوافع، الشخصية           |

## ⚠️ أخطاء شائعة يجب تجنبها

- 1 تجاهل التقسيم النفسي: كثير ناس بتشتري منتجات غالية مش لإنها أحسن، بل لإنها بتعطي إحساس بالفخامة أو التميز.
- 2 الخلط بين الجغرافي والنفسي: الجغرافي وين يسكن، النفسي ليش يشتري. الاتنين مختلفين ومهمين مع بعض.

## ☆ النقطة الذهبية

التقسيم السلوكي هو أقوى أنواع التقسيم للتسويق الرقمي، لأن فيسبوك وإنستغرام وجوجل بجمعوا بيانات سلوكية عن المستخدمين ويقدرها يوصلوا إعلانك للشخص المناسب بناءً على تفاعلاته السابقة.