

# Pazar Bolumlendirmesi Nedir?

Calisma Kagidi

Pazar bolumlendirmesi, musterileri demografik, cografik, psikografik ve davranissal ozelliklerine gore gruplara ayirarak isletmelerin daha etkili pazarlama yapmasini mumkun kilar.

## Sorular

1. Pazar bolumlendirmesi nedir?

- A) Pazari hedef musteri gruplarina ayirmak
- B) Tum musterilere esit davranmak
- C) Musteri farklilikklarini yoksaymak
- D) Sadece B2C'de kullanilan teknik

2. Asagidakilerden hangisi demografik segmenttir?

- A) Yuksek gelimli insanlar
- B) Sehir sakinleri
- C) Teknoloji meraklilari
- D) Sabah alisveris yapanlar

3. Pazar bolumlendirmesinin amaci nedir?

- A) Tum musterilere ayni sekilde hizmet vermek
- B) Belirli gruplara ozel mesaj vermek
- C) Rekabeti azaltmak
- D) Fiyatlari yukzeltmek

4. Davranissal bolumlendirme neyi olcer?

- A) Gelir ve egitim
- B) Satin alma sikligi ve marka sadakati
- C) Iklim ve cografya
- D) Yas ve cinsiyet

5. Nike, spor giysilerini yasa gore (gencler, 20ler, 40+) ve spor turune gore boler. Bu hangi segment turudur?

6. Starbucks luks kafesini zengin sehir merkezlerine, ekonomik subeleri banliyolere acar. Segment turu?

7. Bir araba markasi SUV'leri ailelere, sedanlari genc profesyonellere pazarlar. Segment turu?

8. Tanimla: Pazar bolumlendirmesi nedir?

9. Tanimla: Bolumlendirmenin ana faydasi nedir?

10. Tanimla: Demografik bolumlendirme ornegi?

## Cevap Anahtari

1. A) Pazarı hedef müşteri gruplarına ayırmak - Bölümlendirme pazarı stratejik şekilde belirgin gruplara ayırır.
2. A) Yüksek gelirli insanlar - Gelir demografik değişkendir. Şehir (coğrafik), teknoloji (psikografik), sabah (davranissal).
3. B) Belirli gruplara özel mesaj vermek - Bölümlendirme, her gruba kişiselleştirilmiş pazarlama sağlar.
4. B) Satın alma sıklığı ve marka sadakati - Davranissal = müşterilerin nasıl, ne zaman ve neden satın aldığı.
5. Nike yasa göre (demografik) ve spor ilgisine göre (davranissal) böler. Çok olcutlu bölümlendirme.
6. Bu coğrafik (konum) ve psikografik (gelir/yasam tarzı) bölümlendirmedi. Luks vs uygun fiyatı.
7. Demografik (aile büyüklüğü, yaş, meslek) ve psikografik (yasam tarzı ihtiyaçları).
8. Pazarı benzer ihtiyaç, özellik veya davranışa sahip daha küçük gruplara ayırmak.
9. Hedeflenen pazarlama, daha iyi kaynak dağılımı ve müşteri memnuniyeti sağlar.
10. Yaş, cinsiyet, gelir, eğitim, aile büyüklüğü.

### Bounlu

Tüm kartlar, adım adım çözümler ve AI hoca desteği Notek uygulamasında.  
Sınav tarihlerini Promy otomatik hatırlatıcıya çevirir.