

## TEIM32 – Industriell marknadsföring

### Seminarieuppgift 1 – segmentering, targeting

#### Välj ett av följande leverantörsföretag:

1. IFS AB (Affärssystem)
2. Siemens Industrial Turbomachinery (Turbiner)
3. Sectra (välj ett (1) affärsområde)
4. Toyota Material Handling (truckar)
5. Väderstad AB (Jordbruksprodukter)

#### A) *Segmentera och välj ut en (1) målkund (typ) för leverantörsföretaget.*

Ange vilka variabler som du använder för att segmentera. Tanken är alltså att du delar in marknaden in mindre segment genom segmentering i flera steg. Du bör få fram åtminstone tre (3) olika segment med fiktiva företag med liknande profil. Välj ett (1) segment, och ur det välj en målkund, som är typisk för gruppen. OBS! Det ska vara fiktiva kunder, inte verkliga.

Motivera valet av målkund på ett lämpligt sätt.

#### B) *Beskriv hur det valda leverantörsföretaget bör positionera sig gentemot målkunden ovan.*

Använd *exempelvis* någon eller några av modellerna *4C*, *värdeposition* eller *positioneringskarta*, ni får använda andra modeller som ni hittat, för att illustrera hur företaget kan eller bör positionera sig för att bli attraktiva för målkunden.

Lämna in genom att mejla en pdf-fil, märkt "TEIM32 Uppgift 1 – <Förnamn Efternamn>" till [thomas.rosenfall@liu.se](mailto:thomas.rosenfall@liu.se), ämnet ska vara TEIM32 Uppgift 1 –

<Förnamn Efternamn>"