

## ПОДХОДЫ К СЕГМЕНТАЦИИ КЛИЕНТОВ ДЛЯ ГРУППЫ КОМПАНИЙ НА РЫНКЕ КОМПЛЕКСОВ БЕЗОПАСНОСТИ

Посвящена описанию нескольких подходов к осуществлению сегментации клиентов для группы компаний, предлагающих комплексы безопасности. В качестве критериев сегментации предложены характеристики организаций-покупателей и варианты использования продукции. Приведено несколько вариантов сегментации клиентов на основании различных характеристик для указанных критериев.

*Ключевые слова:* характеристика сегмента, критерий сегментации, двумерная сегментация.

D.I. Khlebovich

## APPROACHES TO CUSTOMER SEGMENTATION FOR A GROUP OF COMPANIES ON THE MARKET OF SECURITY COMPLEXES

The article describes a number of approaches to customer segmentation for a group of companies that offer security complexes. Customer-companies' features and various ways of applying the product are suggested as the segmentation criteria. The author proposes a number of customer segmentation variants based on various characteristics for the criteria.

*Keywords:* characteristics of segment, segmentation criteria, bivariate segmentation.

Рынок систем безопасности за прошедшее десятилетие стал более профессиональным, более устойчивым к разного рода неблагоприятным внешним воздействиям [3]. Группа компаний, оказывающая услуги и осуществляющая работы по установке различных систем безопасности разного уровня сложности и комплексности, столкнулась с задачей распределения клиентов между двумя фирмами — инженерным центром и научно-техническим центром. Во избежание конфликта было необходимо четко разграничить группы обслуживаемых клиентов, чтобы уже на этапе поступления заявки и, позднее, на этапе заключения договора направить клиента в инженерный центр или в научно-технический центр.

Инструментом для разграничения клиентов была выбрана сегментация. Главная характеристика сегмента — объединение фирм-потребителей или конечных потребителей с одинаковыми или близкими потребительскими предпочтениями и сходными потребительскими проблемами. На рассматриваемом рынке потребительская проблема состоит в том, что заказчику необходимо найти конкретное решение для обеспечения безопасности конкретного объекта посредством установки специального комплекса.

Комплекс безопасности выступает как рыночное предложение со стороны компании и включает в свой состав специализированные товары, работы и услуги. Таким образом, рыночное предложение многономенклатурно по своей природе, что некоторым образом усложняет выбор переменных для сегментации и в результате увеличивает их число. Именно поэтому в данном случае невозможно предложить одну «пороговую»

величину, с помощью которой клиент мог бы быть однозначно отнесен к тому или иному сегменту.

Сегментация предполагает существование соответствия между характеристиками потребителей и свойствами товара, услуги или работы, им предлагаемых. Главное требование к критериям сегментации: с их помощью надо разбить потребителей на группы с одинаковыми или близкими потребностями [2].

Для проведения сегментации предлагаем придерживаться двух групп критериев: характеристики организаций-покупателей и обслуживаемых объектов; варианты использования продукции (работ, услуг).

***Предлагаемый вариант сегментации клиентов,  
приобретающих комплексы безопасности***

Сегмент клиентов для инженерного центра	Сегмент клиентов для научно-технического центра
<b><i>1. Отраслевая принадлежность клиента</i></b>	
Органы власти, правопорядка, промышленность, строительство, связь, финансовое, страховое и банковское обслуживание, здравоохранение	Торговля, бытовое обслуживание, образование, туризм
<b><i>2. Стоимость заключаемого контракта</i></b>	
От 250 тыс. р., «полнофункциональный»	До 250 тыс. р., «бюджетный»
<b><i>3. Площадь помещения, в котором устанавливается комплекс безопасности</i></b>	
Более 150 м <sup>2</sup>	До 150 м <sup>2</sup> Для частных лиц — до 400 м <sup>2</sup>
<b><i>4. Решение, используемое при выполнении заказа (как правило)</i></b>	
Сложное (адаптационное), разработка комплектации под конкретный проект, необходимость комплексного гарантийного и послегарантийного обслуживания	Стандартное (универсальное)
<b><i>5. Срок исполнения договора на разработку и монтаж комплекса безопасности</i></b>	
Более 40 рабочих дней	До 40 рабочих дней
<b><i>6. Контактное лицо со стороны предприятия-заказчика</i></b>	
Начальник службы безопасности или ведущий менеджер проекта по решению проблем безопасности организации	Руководитель организации
<b><i>7. Значимые для заказчика характеристики комплекса безопасности</i></b>	
Возможность подобрать «индивидуальные» характеристики для комплекса безопасности, значимые для конкретного заказчика. Высокое качество и современные функции	Быстрота подготовительных и монтажных работ, относительно низкая цена, простота и надежность эксплуатации, полное соответствие оборудования требованиям контролирурующих органов, дешевый ремонт в случае необходимости

Предприятия, для которых проводится предлагаемая сегментация, работают в смежных сегментах рынка, что, однако, не должно мешать дифференциации существующей и потенциальной клиентской базы. Более того, в дальнейшей деятельности можно придерживаться специальной стратегии смежных сегментов [1]. Вся совокупность критериев, которые потенциально возможно использовать при проведении требуемой сегментации, выглядит следующим образом:

- важность различных свойств продукта для клиента;

- искомые выгоды при приобретении комплекса безопасности;
- мотивы совершения покупки комплекса безопасности;
- степень «персонализированности» (сложности) заказа на выполнение работ и оказание услуг;
- текущая (накопленная) ценность клиента;
- категория продуктов и услуг из портфеля компании, которыми пользовался или пользуется в настоящее время клиент;
- необходимость гарантийного и послегарантийного обслуживания;
- цена контракта;
- отрасль;
- характеристики объекта, для которого клиент желает приобрести и установить комплекс безопасности.

Представляется целесообразной следующая текущая сегментация клиентов для группы компаний (табл.). Каждый из критериев, приведенный в таблице, может быть использован совместно с другими.

Предполагаем, что при определении «принадлежности» клиента обязательно надо использовать совместно критерии 1, 2, 3 и 5. Критерий 4 используется как дополнительный. Это ни в коем случае не означает, что он не важен. Критерий 4 является достаточно комплексным по своей структуре, он требует дальнейшей детализации. Детализация может быть проведена при помощи анализа документов, в частности договоров на монтаж и обслуживание оборудования.

Приведем несколько примеров двумерной сегментации для рассматриваемой группы компаний (рис. 1–3). Рисунки 1–3 носят примерный характер, но могут продемонстрировать возможности одновременного использования нескольких критериев сегментации. Следует сразу заметить, что некоторые группы клиентов (согласно таким двумерным сегментациям) будут формироваться очень редко, но все-таки их появление возможно.

ЦЕНА КОНТРАКТА	Свыше 1 млн р.	ИЦ*	ИЦ		
	От 250 тыс. р. до 1 млн р.	ИЦ	ИЦ		
	От 100 до 250 тыс. р.	ИЦ	ИЦ	НТЦ**	НТЦ
	До 100 тыс. р.	НТЦ	НТЦ	НТЦ	НТЦ
		Высокое качество и современные функции	Возможность подобрать «индивидуальные» характеристики для комплекса безопасности, значимые для конкретного заказчика	Быстрота подготовительных и монтажных работ	Простота и надежность эксплуатации, дешевый и быстрый ремонт в случае необходимости
<b>ЗНАЧИМЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ КОМПЛЕКСА БЕЗОПАСНОСТИ</b>					

\*Инженерный центр

\*\* Научно-технический центр

Рис. 1. Сегментирование клиентов на основании критериев «цена контракта» и «значимые характеристики комплекса безопасности»

ЦЕНА КОНТРАКТА	Свыше 1 млн р.	ИЦ*	ИЦ	ИЦ
	От 250 тыс. р. до 1 млн р.	ИЦ	ИЦ	ИЦ
	От 100 до 250 тыс. р.	НТЦ**	ИЦ	ИЦ
	До 100 тыс. р.	НТЦ	НТЦ	НТЦ
		Менее 40 рабочих дней	От 40 до 60 рабочих дней	Свыше 60 рабочих дней
СРОК ИСПОЛНЕНИЯ КОНТРАКТА				

\*Инженерный центр

\*\* Научно-технический центр

Рис. 2. Сегментирование клиентов на основании критериев «цена контракта» и «срок исполнения контракта»

СЛОЖНОСТЬ РЕШЕНИЯ	Инжиниринговое решение с полной разработкой индивидуального рабочего проекта; товары, работы и услуги должны содействовать решению сложных бизнес-задач в компании-заказчике	ИЦ*	ИЦ	ИЦ
	Промежуточное решение	НТЦ**	ИЦ	ИЦ
	Стандартное решение по стандартному проекту; товары, работы и услуги удовлетворяют простым требованиям заказчика	НТЦ	НТЦ	НТЦ
		Менее 40 рабочих дней	От 40 до 60 рабочих дней	Свыше 60 рабочих дней
	СРОК ИСПОЛНЕНИЯ КОНТРАКТА			

\*Инженерный центр

\*\* Научно-технический центр

Рис. 3. Сегментирование клиентов на основании критериев «сложность решения» и «срок исполнения контракта»

Для сохранения рыночной прибыльности многие компании, специализирующиеся в области систем безопасности, разрабатывают новые подходы, поскольку размер прибыли постоянно сокращается из-за использования программ массового маркетинга [3].

Сегментация в такой ситуации может быть оценена как очень результативный инструмент стратегического маркетинга.

### Список использованной литературы

1. Бест Р. Маркетинг от потребителя / Р. Бест. — М.: Изд-во «Манн, Иванов, Фербер», 2008. — 760 с.
2. Бун Л. Современный маркетинг: учеб. пособие / Л. Бун, Д. Куртц. — 11-е изд. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. — 993 с.
3. Федотов М.О. Рынок систем безопасности: Отечественное и зарубежное оборудование и системы / М.О. Федотов // Аспирант и соискатель. — 2005. — № 1. — С. 60–64.

### Referenses

1. Best R. Marketing ot potrebitelya / R. Best. — М.: Izd-vo «Mann, Ivanov, Ferber», 2008. — 760 s.
2. Bun L. Sovremenniy marketing: ucheb. posobie / L. Bun, D. Kurtts. — 11-e izd. — М.: YuNITI-DANA, 2005. — 993 s.
3. Fedotov M.O. Rynok sistem bezopasnosti: Otechestvennoe i zarubezhnoe oborudovanie i sistemy / M.O. Fedotov // Aspirant i soiskatel'. — 2005. — № 1. — S. 60–64.

### Информация об авторе

*Хлебович Дарья Игоревна* — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики и менеджмента сервиса, Байкальский государственный университет экономики и права, г. Иркутск, e-mail: dashakhl@rambler.ru.

### Author

*Khlebovich Daria Igorevna* — PhD in Economics, Associate Professor, Chair of Service Economy and Management, Baikal State University of Economics and Law, Irkutsk, e-mail: dashakhl@rambler.ru.