

Die sewe plaaslike reismarksegmente

Basiese

segementeringskonsepte:

Marksegmente:

- **Dit is 'n groep klante binne die totale mark wat ooreenstemmende eienskappe, behoeftes en begeertes het.**

Segmentprofiele:

Dit besaan uit:

- **Ouderdom – hoe oud is die mense in die segment?**
- **Geslag – manlik / vroulik**
- **Inkomste – Hoeveel geld verdien hulle?**

Vervolg:

- **Geografiese streek – in watter gebied woon hulle?**
- **Beroep – watter werk doen hulle?**
- **Leefstyl – watter belangstellings het hulle?**

Gevestigde, Ontluikende en Onontginde segmente:

GEVESTIDGE SEGMENTE R8,9 miljard huidige vakansiebesteding	ONTLUIKENDE SEGMENTE R7,5 miljard huidige vakansiebesteding	ONONTGINDE SEGMENTE R1,7 miljard huidige vakansiebesteding
Hierdie segmente sluit daardie Suid-Afrikaners in wat wel plaaslik reis en wat waarskynlik meer kennis oor en begrip vantoerismeprodukte in die land het as die ander segmente, maar hulle kan steeds gelok* word om meer te bestee en na ander gebiede in Suid-Afrika te reis.	Hierdie segmente sluit dié Suid-Afrikaners in wat al gereis het, maar nie baie kundig is oor toerisme-aanbiedings nie. Hulle kan oorreed word om meer vir vakansiedoeleindes te reis. Die kultuur van vakansiereise moet hier ontwikkel word.	Hierdie segmente sluit laeinkomste-reisigers in wat vir ander doeleindes as vakansie reis. Vir hierdie verbruikers kan 'n vakansie buite hulle bereik wees, en 'n lae prioriteit ten opsigte van hulle behoeftes.

In elkeen van hierdie segmente is 'n geleentheid om die waarde te ontsluit en groei te stimuleer. As ons die behoeftes van elke segment verstaan, sal ons inligting, nuwe produkte (bekostigbaar vir die verskillende segmente) en toepaslike kommunikasie kan verskaf om 'n groter kultuur van vakansiereise te vestig.

Definisies:

- Profiel - Onderskeurende eienskappe.**
- Ontluikend - Ontwikkeld, opkomend, begin verskyn.**
- Gelok - Aangetrek deur plesier, wins**

Redes vir die segmentering van plaaslike toeriste

Eenheid 40

Die mark is nie homogeen nie:

- **Iemand wat landelik woon kan stad of dorp toe wil gaan.**
- **Iemand wat stedelik woon kan êrens stil wil gaan.**

Waardes van segmente:

Onontginde segment:

- **Benodig baie bemarking.**

Gevestigde segment:

- **Benodig minder bemarking as die onontginde segment**

Kennis van verbruikersgroepe:

- **Waarheen reis hulle?**
- **Hoe reis hulle?**
- **Hoe lank bly hulle daar?**
- **Wanneer reis hulle?**

Vervolg:

- **Watter leefstyl het hulle?**
- **Wat maak hulle opgewonde?**
- **Watter media gebruik hulle gewoonlik?**

Definisies:

Homogeen -	Soortgelyk / dieselfde
Teikengroep -	Mense op wie gekonsentreer word.

Sewe segmente

Eenheid 41

Segmente:

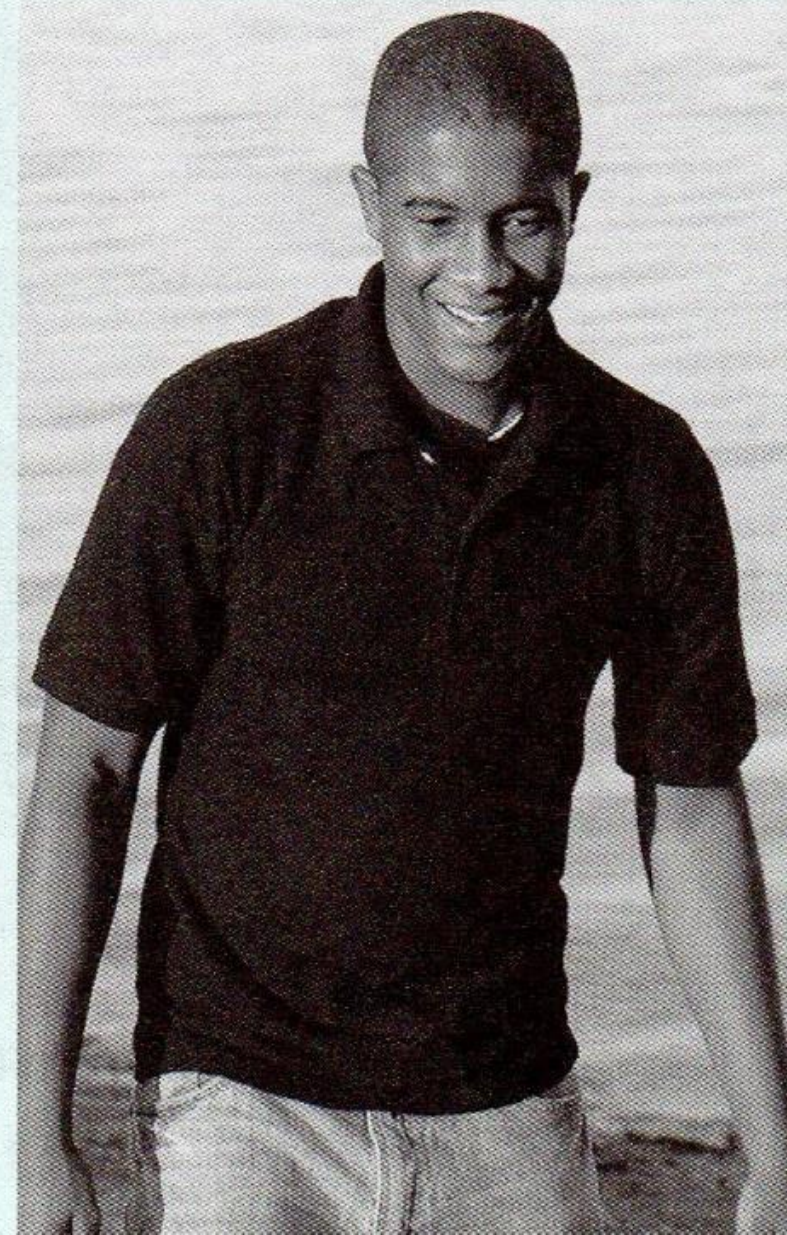
Jonk en opkomend:

- Hierdie segment behoort tot die breër “ontluikende” segment van die plaaslike toerisme mark.
- Die volgende is ‘n voorbeeld

Dumisani Molefe is jonk (onder 30 jaar oud) en woon in Gauteng. Hy woon saam met sy ouers in Benoni, maar is mal daaroor om in die Desember vakansie saam met vriende Johannesburg toe te gaan. Die manne geniet die Johannesburgse naglewe en woon sokkerwedstryde by. Hulle sal by vriende of familie oorbly wanneer hulle in Johannesburg is.

Jy kan Dumisani of sy vriende deur Soccer Laduma, SABC1, eTV, Metro fm of fliekadvertensies bereik. Hy geniet Kwaito en Hip Hop-musiek. Van die aktiwiteite waarin hy belangstel, is om by 'n braai saam met sy vriende te ontspan, SMS'e te stuur, en wegneemkos en CD's te koop.

As hy 'n selfoon het, sal dit op 'n voorafbetaalde opsie wees. Hy het waarskynlik nie 'n motor nie, maar een of twee van sy vriende kan dalk gelukkig genoeg wees om een te hê! Hy het nog nie baie geld om te bestee nie en sal vir hierdie pretuitstappie in die skoolvakansie spaar eerder as om kort vakansietjies te neem.



Vervolg:

Onafhanklike jong paartjies en gesinne:

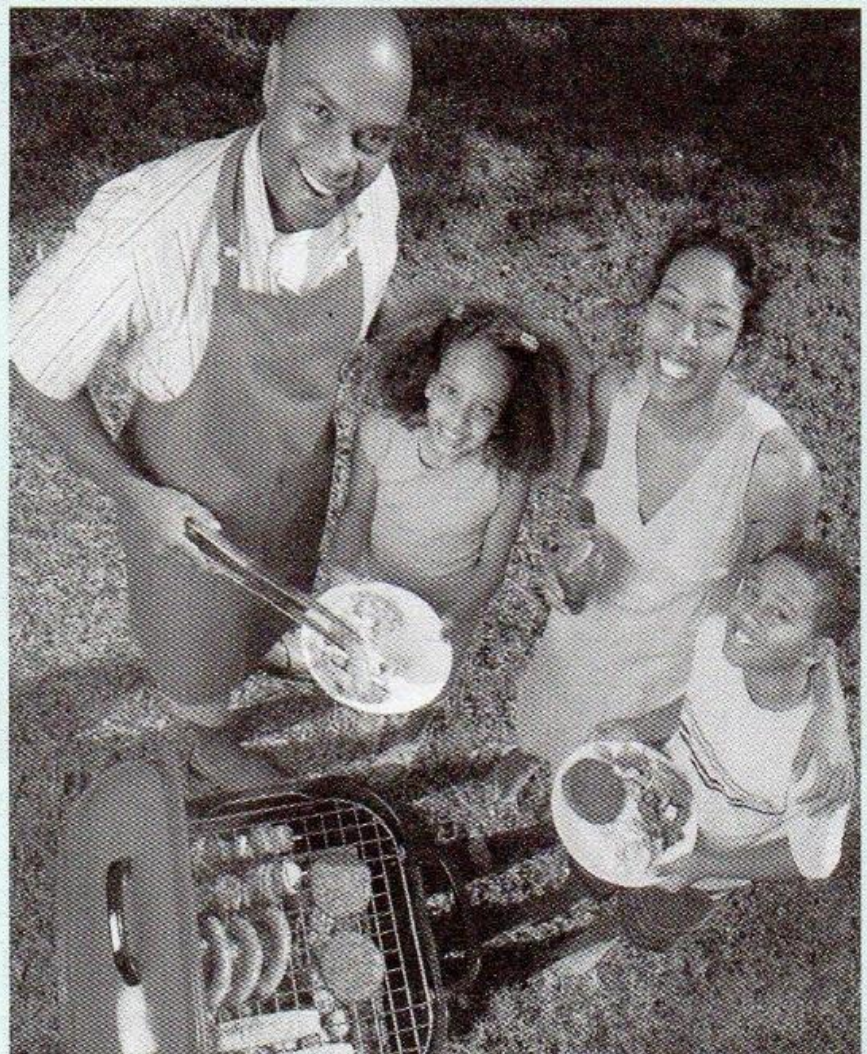
- Hierdie segment behoort tot die breër “gevestigde” segment van die plaaslike toerisme mark.
- Die volgende is ‘n voorbeeld

Mnr. en mev. Windvogel werk baie hard in hulle goedgebetaalde poste in Gauteng, en moet van hulle besige skedules wegbreek. Hulle neem hulle twee jong kinders, Errol en Emma, en gaan bly in 'n pragtige selfsorgwoonstel aan die KZN-kus vir die Desembervakansie. Die kinders geniet die strand vreeslik, en hulle besoek verskillende dele langs die kus.

Hulle bly omtrent 10 dae daar en bestee 'n redelike bedrag geld, aangesien dit hulle hoofvakansie van die jaar is. Hulle doen inkopies, eet sommige aande uit, en geniet dit baie.

Jy sal waarskynlik vir mnr. en mev. Windvogel deur media soos die *Sunday Times* (leefstylafdeling), *Huisgenoot/You/True Love*-tydskrifte, deur eTV of SABC2, 94.1 Highveld Stereo, of fliekadvertensies bereik.

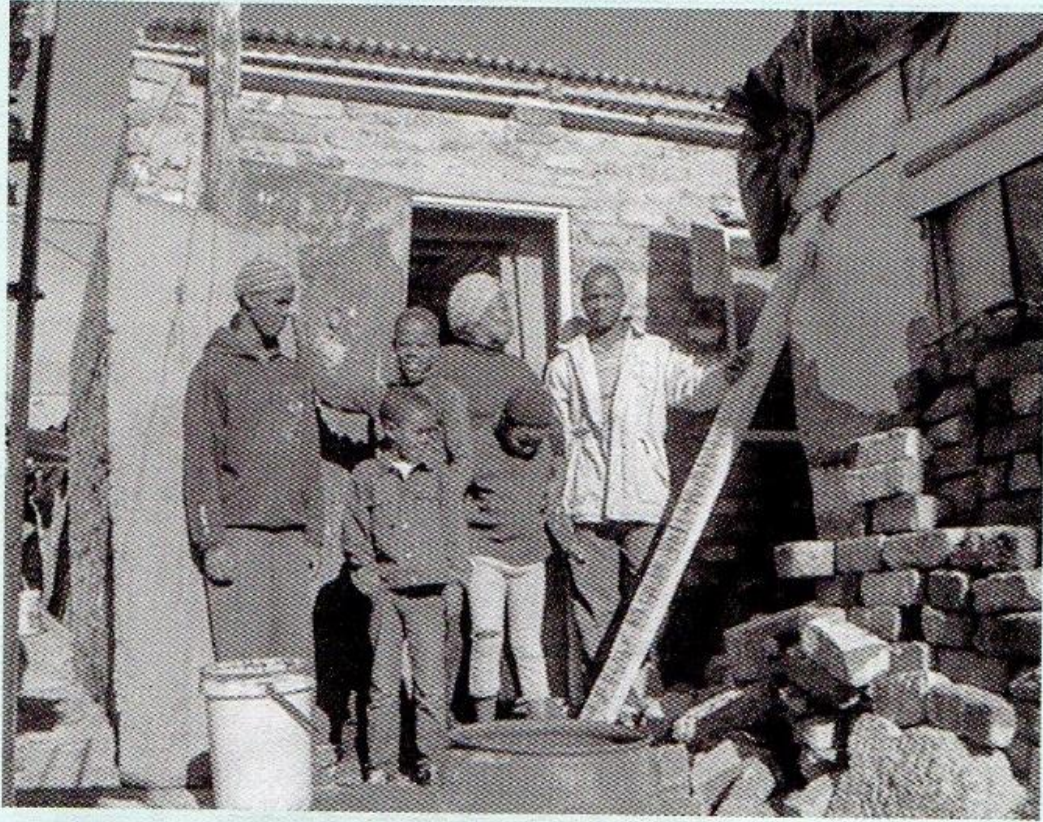
Daar is 'n groter waarskynlikheid dat hierdie segment die internet gebruik, vir plesier kook of gereeld by restaurante uiteet. Hulle stel belang in rock-/popmusiek of klassieke musiek en geniet die teater, ballet en popkonserte. Hierdie segment sal die waarskynlikste kredietkaarte gebruik en selfone op kontrak hê.



Vervolg:

Strewende gesinne:

- Hierdie segment behoort tot die breër “ontluikende” segment van die plaaslike toerisme mark.
- Die volgende is ‘n voorbeeld



Die Phusumane-broers kan nie wag om van hulle arbeiderswerk in Noordwes weg te kom en hulle vroue en kinders na KZN te neem om vir 'n groot familieviering by hulle suster en haar kinders in Durban te gaan bly nie. Die vroue gaan inkopies doen en die mans sal die braai regkry vir 'n feestelike familiedag. Hulle sal op 'n ander dag op die strand gaan piekniek hou.

Hulle bestee gemiddeld 'n verbasende bedrag geld, gegewe die feit dat hulle nie hoë salarisse verdien nie. Dit kan egter verband hou met die grootte van die groep wat reis.

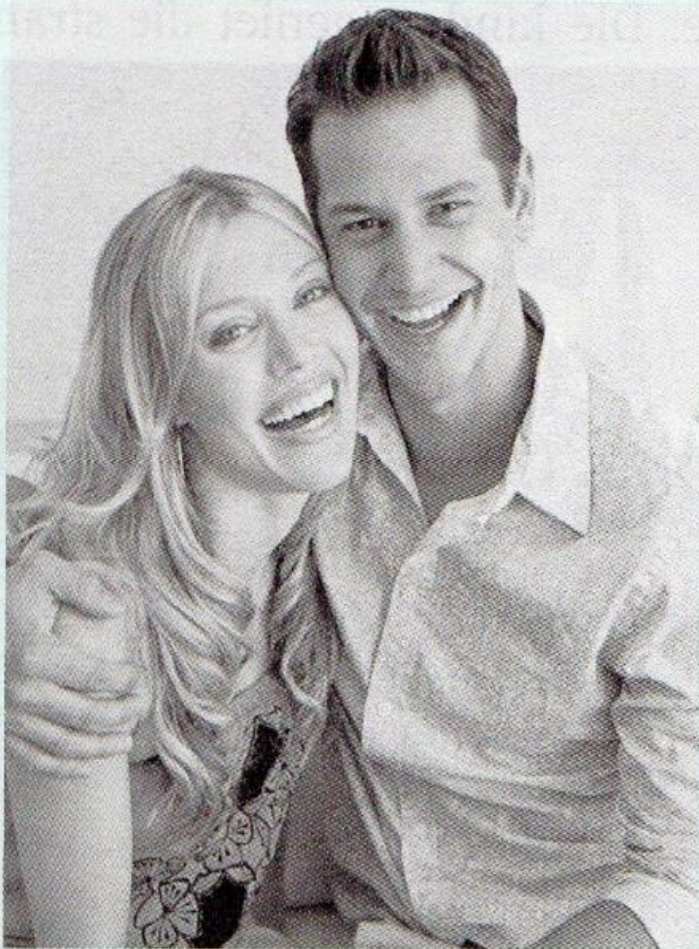
Hierdie gesinne lees die *Sunday Times* en *Rapport*, asook die *Sowetan*-bylaes en *Isolezwe*. Om hulle deur elektroniese media te bereik, is SABC1 en Metro fm die gewildste. Hierdie segment het baie lae internetgebruik. Gereelde aktiwiteite in hierdie segment is tuinmaak, die koop van lotery- en Powerball-kaartjies, en kerk toe gaan. Musiekluistergewoontes sluit in Gospel- en country-musiek.

Selfs al verdien mense in hierdie segment nie hoë salarisse nie, maak hulle altyd seker dat hulle vir familievakansies spaar.

Vervolg:

Welgesetelde huislike paartjies:

- Hierdie segment behoort tot die breër “ontluikende” segment van die plaaslike toerisme mark.
- Die volgende is ‘n voorbeeld



Jenny Ellis en Dave du Randt is 30-plussers en professionele persone van Oos-Londen. Hulle het 'n romantiese vakansie by 'n knus selfsorgkothuis naby die strand aan die Wildekus van die Oos-Kaap beplan. Hulle bestee 'n paar dae om langs die strand te ontspan en 'n paar dae om die natuurlike besienswaardighede in die gebied te besoek. Vakansie- en tyddeelwoonstelle word ook deur 'n groot gedeelte van hierdie segment gebruik, wat die hoë vlak van intraprovinciale reise wat hierdie groep onderneem, kan verklaar.

Jenny en Dave sal die *Sunday Times* of *Rapport* lees, en soms tydskrifte soos *Huisgenoot* en *You*. Hulle kyk gereeld SABC2, SABC3 en eTV, en *Radio Sonder Grense* (RSG) is hulle gewildste radiostasie. Hierdie groep gaan dikwels flik en gebruik eerder as die meeste ander segmente die internet vir e-pos, inligting en banksake.

Rock/pop, klassieke musiek en Afrikaanse musiek word deur hierdie segment verbruik, en hierdie welgestelde paartjies woon talle teaterproduksies by. 'n Groot gedeelte van hierdie groep gebruik selfone op kontrakte en hierdie segment se kredietkaartgebruik is hoog vergeleke met die meeste ander segmente.

Vervolg:

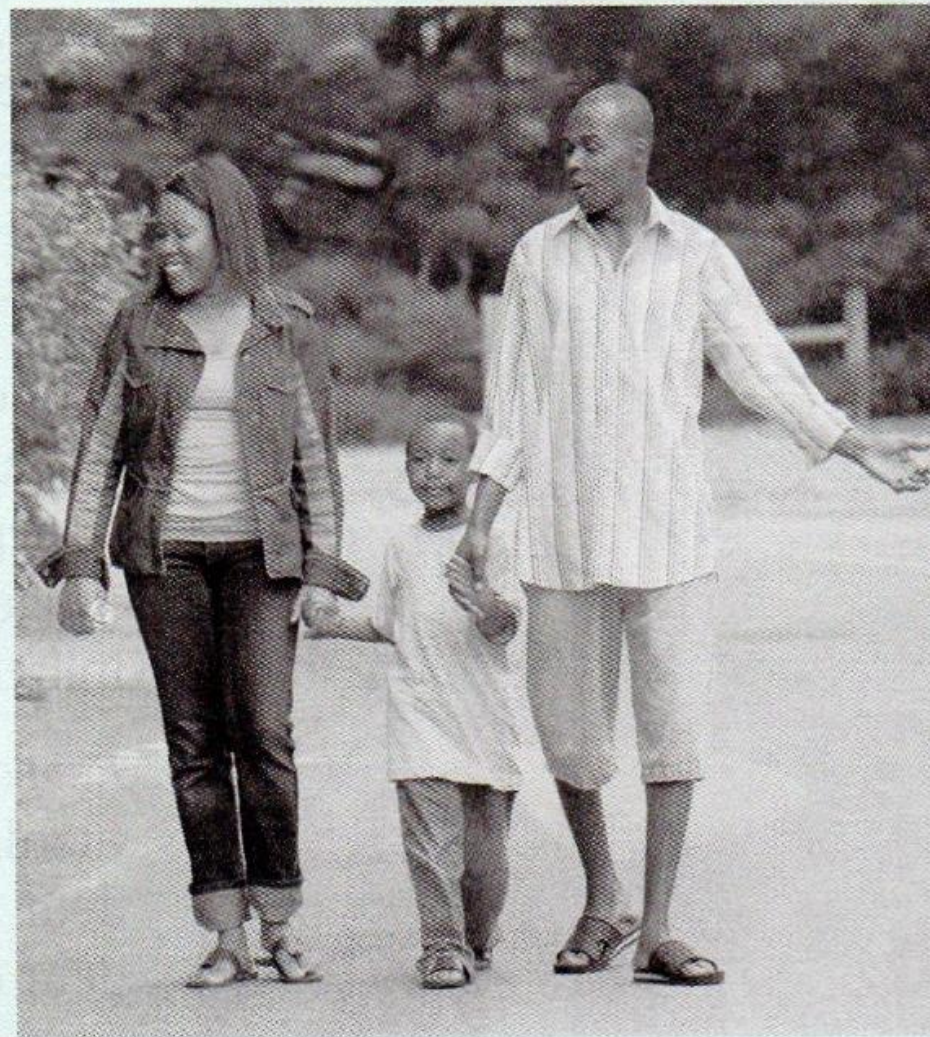
Tuisgebaseerde, laeinkomste-paartjies:

- Hierdie segment behoort tot die breër “onontginde” segment van die plaaslike toerisme mark.
- Die volgende is ‘n voorbeeld

Mnr. en mev. Ntini is ongeveer 40 jaar oud en woon in Khayelitsha. Hulle ry Knysna toe om vir ongeveer vyf nagte by mev. Ntini se niggie te bly. Hulle besoek die plaaslike markte, stap langs die see en kuier by die familie. Hulle reis nie baie nie en het nie baie geld om op vakansies uit te gee nie. Wanneer hierdie segment reis, bly hulle gewoonlik binne hulle eie provinsie.

Hulle lees gewoonlik weekliks die *Sunday Times* en *Rapport* en hulle kyk meestal SABC1 op TV. Hulle luister meestal na Metro fm oor die radio en gaan flik min vergeleke met ander segmente. Internetgebruik is ook uiters laag, met kerk toe gaan, tuinmaak en kook as gewilde aktiwiteite, asook om op die lotery te wed.

Gospelmusiek is uiters gewild en die teater word deur ongeveer 'n derde van hierdie segment besoek. Ongeveer tweederdes besit hulle eie huis en motor. Selfoongebruik en kredietkaartbesteding is albei laag.



Vervolg:

Ouer gesinne met basiese behoeftes:

- Hierdie segment behoort tot die breër “onontginde” segment van die plaaslike toerisme mark.
- Die volgende is ‘n voorbeeld

Die Solomons-gesin van Kaapstad gaan vir vyf nagte rondom Kersfees by hulle neefs en niggies, die Abrahams-gesin, in Vredenburg bly. Hulle gaan inkopies doen, en geniet die strand en die natuur in die omgewing. Hierdie segment sal hulle reis ten minste twee maande vooruit beplan.

Die *Sunday Times* word gereeld gelees. *You, Bona* en *Huisgenoot* is die tydskrifte wat nou en dan gelees word. SABC1 is die TV-stasie wat deur die grootste gedeelte van hierdie segment verbruik word. Radio word nie so baie geluister as wat TV gekyk word nie, maar die gewilde radiostasies vir dié wat luister, sluit in *Metro fm*, *Ukhosi fm* en *Umhlobo Wenene fm*.

Internetgebruik bestaan feitlik nie by hierdie ouer groep nie, maar kerk toe gaan en tuinmaak is belangrike aktiwiteite in hulle lewens. Gospelmusiek is ook baie gewild by hierdie segment, met dans, teater en klassieke musiek wat deur ongeveer 'n derde van die segment geniet word.

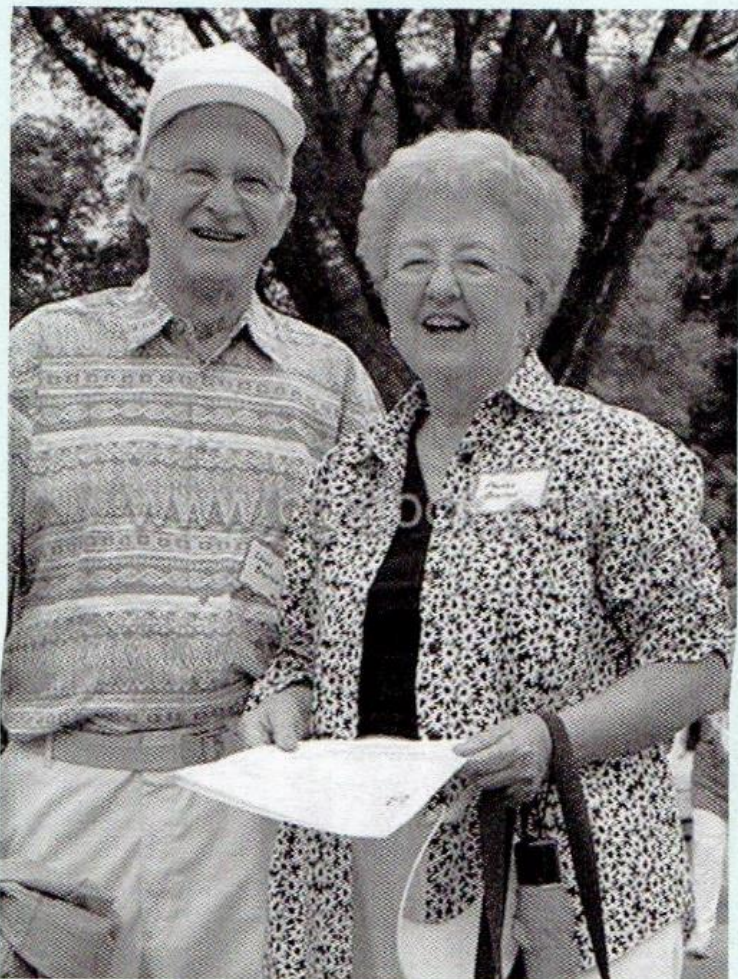
Dit is 'n groot segment waar mense met die hoër inkomstes aangemoedig moet word om aan vakansiereise deel te neem, aangesien huidige deelname baie laag is.



Vervolg:

Goue aktiewe paartjies:

- Hierdie segment behoort tot die breër “gevestigde” segment van die plaaslike toerisme mark.
- Die volgende is ‘n voorbeeld



Mnr. en mev. Bailey van Gauteng is afgetree en hou daarvan om met langer vakansies te gaan. Hulle sal vir twee weke op 'n keer gaan wanneer hulle kleinkinders hulle skoolvakansies het. Hulle sal tyd by familie in Durban bestee en 'n tydjie op hulle eie toer waar hulle in selfsorgplekke sal bly of kampeer. Hulle doen inkopies, besoek die strand, gaan eet uit en geniet dit om Suid-Afrika se wonderlike natuur te geniet.

Alhoewel hierdie segment geld het om aan reise te bestee, is dit vir hulle belangrik om hulle aftreefondse dop te hou en uitgawes te beperk. Hierdie segment neem lank om hulle reis te beplan (ongeveer drie maande) en hulle maak so veel as moontlik inligting bymekaar voordat hulle besluit wat om te doen.

Rapport is die gewildste koerant en die weeklikse bylaes is vir hierdie segment aantreklik. *Huisgenoot* word sterk ondersteun deur hierdie groep en *Sarie* word soms gekoop. SABC2 word deur die grootste gedeelte van hierdie segment gekyk, met RSG verreweg die gewildste radiostasie. Tuinmaak, uiteet en sosiale

braaie is van die dinge waarvan hierdie aktiewe ouer pare hou. Die segment geniet country- en Afrikaanse musiek en besoek die teater en klassieke musiekuitvoerings. Selfs al is hierdie groep versigtig met hulle geld, het hulle 'n relatiewe hoë gebruik van kredietkaarte vergeleke met die meeste ander segmente.

Segmentstatistiek

Eenheid 42

	A. Jonk en opkomend	B. Onafhanklike jong paartjies en gesinne	C. Strewende gesinne	D. Welgestelde huislike paartjies	E. Tuisgebaseerde, laeinkomste- paartjies	F. Ouer gesinne met basiese behoefte	G. Goue aktiewe paartjies
Grootte van die segment	5.1 miljoen mense	0.7 miljoen mense	0.4 miljoen mense	0.8 miljoen mense	0.4 miljoen mense	5.5 miljoen mense	0.2 miljoen mense
Wanneer reis hulle?	Desember, April, Junie/ Julie	Desember en April	Desember, April en Junie	Desember, April en Februarie	Desember, Januarie en April	Desember, Oktober en Februarie	Regdeur die jaar, maar ook tydens piekseisoen
Gemiddelde lengte van verblyf	6 nagte	10 nagte	5.5 nagte	7.5 nagte	5 nagte	5 nagte	13 nagte
Met wie reis hulle?	Alleen of met vriende	Met 'n maat	Familie of met 'n maat	Huweliksmaat of maat	Alleen, huweliksmaat of familie	Familie of huweliksmaat	Huweliksmaat
Vervoer gebruik	Taxi of motor	Motor	Taxi of motor	Motor	Taxi of motor	Taxi of motor	Motor

Huiswerk!!!

Aktiwiteit 42.1 :

Werk met segment statestieke.

BI 137