

2011年外销员考试《国际营销》复习资料（十一）PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/646/2021\\_2022\\_2011\\_E5\\_B9\\_B4\\_E5\\_A4\\_96\\_c28\\_646174.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/646/2021_2022_2011_E5_B9_B4_E5_A4_96_c28_646174.htm)

导读：本篇主要讲述国际市场细分的含义、国际市场宏观细分等内容  
国际市场细分与目标营销一、国际市场细分的含义  
1、市场细分（Market

Segmentation）：是指企业按照某种标准将市场上的顾客划分成若干个顾客群，每一个顾客群构成一个子市场，不同的子市场之间，需求存在着明显的差异。  
2、国际市场细

分(International Market Segmentation) 宏观细分：企业可以选择某一个或几个国家作为目标市场。 微观细分：企业不可能进入和满足一国所有顾客的需求，而只能将其细分为若干子市场，满足一个或几个子市场的需求。 案例：美国汽车市场细

分货车市场 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。

详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)