* **Aide DE 2.2**
* La segmentation ne doit pas proposer des segments qui ne sont pas exhaustifs (< 20 ans et > 60 par ex)
* Le critère1 doit être cohérent avec la façon dont les NCA ont été définis
* Le critère 2 doit être cohérent avec la façon dont les CP et NCR ont été définis. Pour le trouver vous pouvez vous aider de l’explication de la différence entre les MP et les MS rédigée dans le DE 1.1.
* Bien décrire les CP et les NCR en réponse au critère qui les définit : exemple si critère = “attitude envers le vélo” alors indiquer “CP : aimer le vélo” et “NCR ne pas aimer le vélo” et non CP et NCR seulement
* Les segments doivent être chiffrés. La bibliographie doit être citée et le détail du calcul des CP/NCR expliqué
* Pour quantifier les CP et NCR il faut utiliser une référence bibliographique qui est cohérente avec le critère qui définit les CP et les NCP (par exemple, ne pas répartir les CP et NCR en fonction de leur intérêt pour les objets connectés si le critère qui les définit est la pratique de l’équitation.
* La segmentation proposée ne doit pas être trop générale (elle pourrait correspondre à beaucoup d’autres produits), elle doit tenir compte du besoin exprimé dans le marché générique
* Les attributs saillants ne sont pas les atouts du PFR, on ne doit pas chercher à expliquer ce que chaque segment va apprécier dans le PFR alors qu’il faut préciser ce que chaque segment va rechercher en priorité pour choisir une solution permettant de satisfaire le besoin correspondant au marché générique
* Les segments doivent être chiffrés. La bibliographie doit être citée et le détail du calcul des CP/NCR expliqué