

Цільові групи мережі

Важливим аспектом розвитку мережі є її чітке позиціювання та сегментація простору як сукупності тих, на кого спрямований посил мережі (цільові групи), у процесі вирішення її базового питання.

Раціональне виокремлення цільових груп мережі «Доброчесний виробник» залежить від розуміння потреб, які варто розглядати в наступній структурі:

- * Внутрішні потреби – націлені на саму цільову групу
- * Зовнішні потреби – націлені на середовище, в якому функціонує цільова група

Важливо наголосити, що аналіз потреб лише за такими критеріями недостатній, і вимагає поділу їх на три наступні компоненти:

- 1) Ресурсні потреби
- 2) Потреби спроможності
- 3) Потреби сталості

Виходячи із вище наведеного, можемо виділити наступні цільові групи мережі «Доброчесний виробник»:

- * Спеціалісти бізнес-структур, що відповідають за безпечність та якість продукції
- * Експерти сфери безпечності та якості продовольства
- * Фахівці НГО, що відповідають та опікуються безпечністю та якістю продукції
- * Викладачі, аспіранти, магістри профільних ВНЗ
- * Фахівці державних органів