

МАРКЕТИНГ



Анжелика Березюк rop@trylike.ru



KEEP
CALM
AND
LOVE
MARKETING

Что такое маркетинг?

Чем занимаются маркетологи?

Маркетинг – это...

- это социальный и управленческий процесс, направленный на удовлетворение нужд и потребностей, как индивидов, так и групп посредством создания, предложения и обмена на рынке обладающих ценностью товаров и услуг (Ф. Котлер)
- это процесс управления, который выявляет, предвидит и удовлетворяет требования потребителя при соблюдении принципов эффективности и прибыльности (*Общественный институт маркетинга, Великобритания*)
- это философия бизнеса, которая ставит клиентов в центр стратегии бизнеса (*Прабху Гунтари*).
- это философия бизнеса (*Ж.-Ж. Ламбен и др.*)
- это высшая функция управления (*Д. Костюхин*).

Маркетинг – это...

- искусство и наука нахождения, сохранения и возвращения клиентов.
- правильный продукт на правильном рынке (С. *Джейн*).
- понять клиента, увидеть цель, достичь ее, всегда помня, что в итоге должен потолстеть кошелек (*Сергей Васильев*).
- это приобретение и удержание клиентов и бизнес-партнеров.

А как на практике?

**Поддержка
продаж**

90%

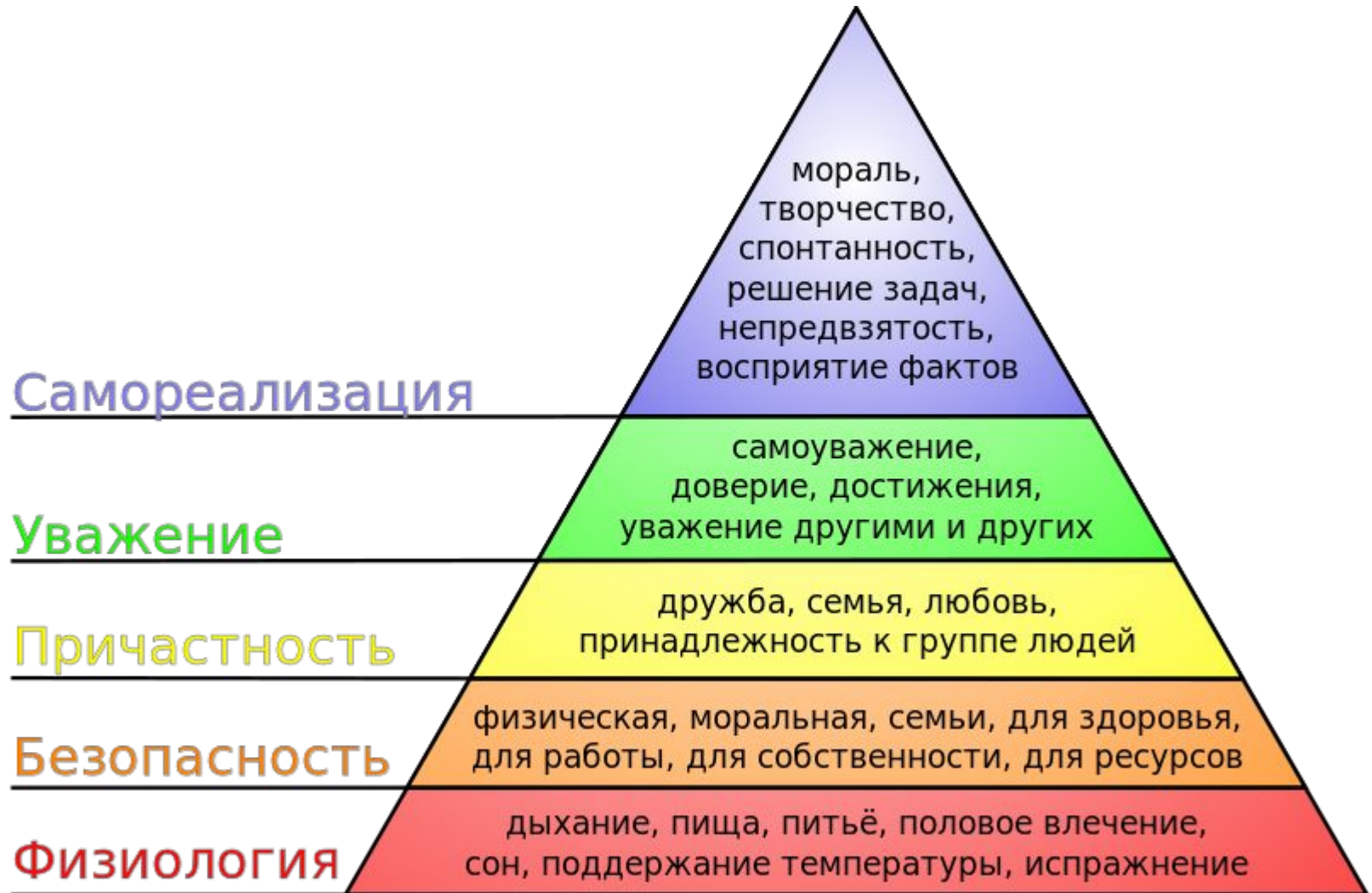
**Драйвер
бизнеса**

9%

**Философия
бизнеса**

1%

Основные понятия маркетинга





Основные понятия маркетинга

Потребность



Основные понятия маркетинга

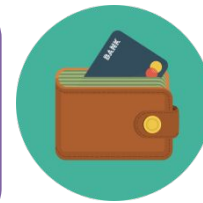
Нужда



Потребность



Спрос



Обмен и сделка

Обмен - акт приобретения желаемого объекта с предложением чего-либо взамен.

УСЛОВИЯ ОБМЕНА:

- Как минимум две стороны.
- У каждого есть нечто, необходимое другому
- Каждая из сторон свободна в своем выборе.
- Для каждой стороны обмен является желаемым и приемлемым.

Сделка – коммерческий обмен ценностями между двумя сторонами

Развитие маркетинга. Концепции

Период	Концепция	Главная идея	Основной инструментарий	Содержание и примеры
1860-1920	Производственная	Произвожу то, что могу	Ориентация на прибыль	Потребители купят то, что доступно по цене
1920-1930	Товарная	Производство качественных товаров	Качество товара	Потребители купят что лучшее качеству
1930-1950	Сбытовая	Развитие сбытовой сети	Агрессивное продвижение	Кризис экономики
1960-1980	Традиционного маркетинга	Произвожу то, что нужно потребителю	Исследование потребителя	Удовлетворение нужд и потребностей
1980-1995	Социально-этического маркетинга	Произвожу то, что нужно потребителю с учетом требований общества	Исследование социальных и экологических последствий	Условия сбережения ресурсов
1995 по настоящее время	Маркетинг взаимоотношений (Relationship Marketing)	Произвожу то, что удовлетворяет потребителей, дистрибьюторов, партнеров по бизнесу	Методы интеграции и сетевого анализа,	Целенаправленное создание и поддержание долгосрочных, связей

Развитие маркетинга. Концепции

- Интегрированный маркетинг
- Внутренний маркетинг
- Результативный маркетинг,
Performance marketing

Комплекс маркетинга 4P

ТОВАР

- АССОРТИМЕНТ
- КАЧЕСТВО
- СЕРВИС

ЦЕНА

- СКИДКИ
- РАКССРОЧКА
- СРОК ПЛАТЕЖА

МЕСТО

- РАСПОЛОЖЕНИЕ
- ДОСТАВКА
- ЗАПАСЫ

ПРОДВИЖЕНИЕ

- Реклама
- Прямые продажи
- PR

Характеристики услуг

- Нематериальны, неосязаемы
- Неотделимы
- Непостоянны
- Несохраниемы

Комплекс маркетинга 8P



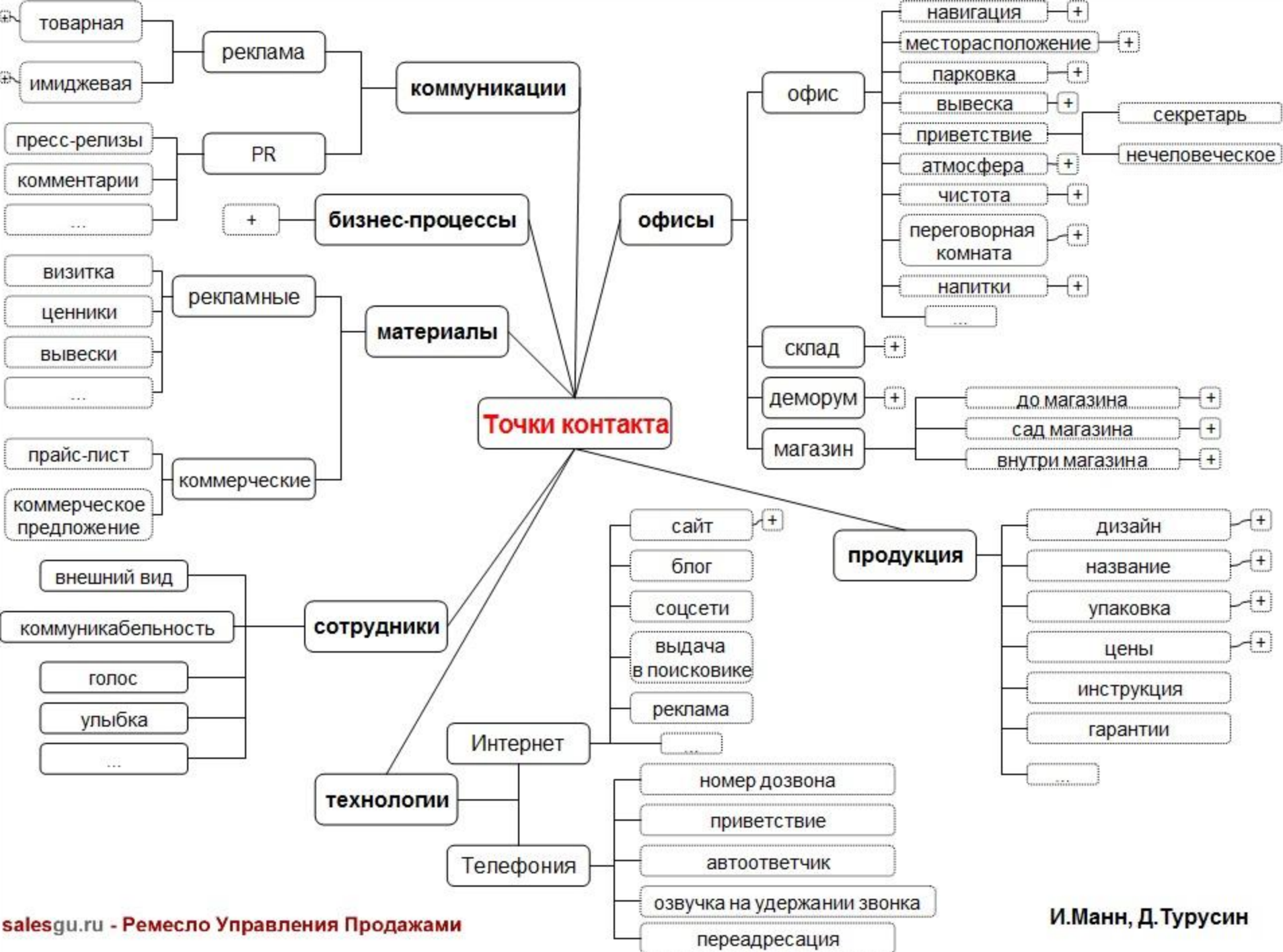
+



Интернет

На старт!
Внимание!
Кейс!





Функции маркетинга

- Исследовательско – аналитическая
- Производственная
- Сбытовая и распределительная
- Ценообразование
- Коммуникативная
- Интеграционная
- Планирование, организация и контроль

Виды маркетинга

В зависимости от охвата рынка:

- Массовый маркетинг
- Дифференцированный маркетинг
- Концентрированный маркетинг

Виды маркетинга

В зависимости от состояния спроса

- Конверсионный маркетинг
- Стимулирующий маркетинг
- Развивающий маркетинг
- Ремаркетинг
- Синхромаркетинг
- Поддерживающий маркетинг
- Демаркетинг
- Антимаркетинг

Виды маркетинга

- **B-2-B – business-to-business**
 - Маркетинговая деятельность между компаниями, бизнесами.
- **B-2-C – business-to-customer**
 - Маркетинговая деятельность между компанией и потребителем.
- **B-2-G – business-to-government**
 - Маркетинговая деятельность между компанией и государством.

Спасибо за внимание!

