

Сущность товара как инструмента маркетинга

Презентация к лекции № 6

Товар в маркетинговой деятельности

ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДОПРЕДЕЛЯЕТ ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ТАКИХ МЕРОПРИЯТИЙ:

- ❖ модификация изготавливаемых товаров;
- ❖ разработка новых видов продукции;
- ❖ снятие с производства устаревших товаров;
- ❖ установление оптимальной номенклатуры изготавливаемых изделий;
- ❖ обеспечение наилучшего ассортимента выпускаемых товаров;
- ❖ установление целесообразности и выявление возможностей использования товарных знаков;
- ❖ создание необходимой упаковки и проведение маркировки товаров;
- ❖ организация сервисного обслуживания;
- ❖ послепродажные контакты с покупателями и потребителями.

Классификация товаров

1. Потребительские товары - это товары, приобретаемые для удовлетворения своих личных потребностей, семейного или домашнего использования. Выделяют:

1. товары повседневного спроса
2. товары тщательного выбора
3. престижные товары
4. товары пассивного спроса



2. Товары производственного назначения

-предназначены для использования в производстве других товаров и услуг, для хозяйственной деятельности предприятия.

Выделяют:

- основное вспомогательное оборудование;
- сырье, материалы и готовые детали;
- полуфабрикаты;
- стационарные сооружения;
- вспомогательные материалы и услуги.

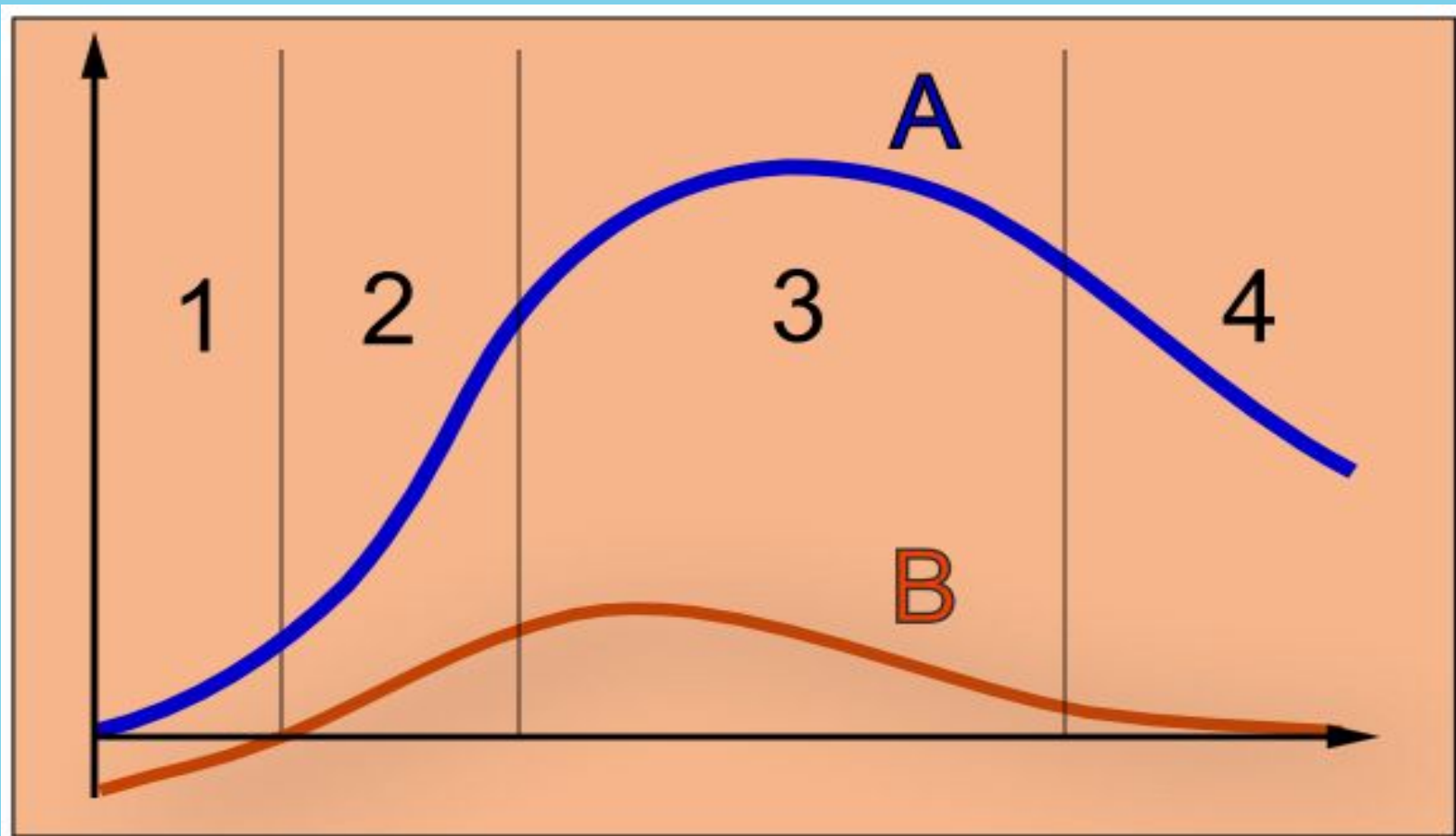
Жизненный цикл товара

— период времени, в течение которого товар обращается на рынке, начиная с момента выхода его на рынок и заканчивая его уходом с рынка.

В типичном жизненном цикле товара выделяют четыре этапа:

1. Выведение товара на рынок.
2. Рост.
3. Зрелость.
4. Упадок.

А продажи, В прибыль



Процесс разработки товара рыночной новизны

Новый продукт - продукция, услуга или идея, которые воспринимаются некоторыми потенциальными потребителями как новые.



Процесс разработки нового товара:

- генерация идей
- отбор идей
- анализ возможных продаж и экономический анализ
- разработка товара
- пробный маркетинг
- коммерческое производство



Спасибо за внимание!