

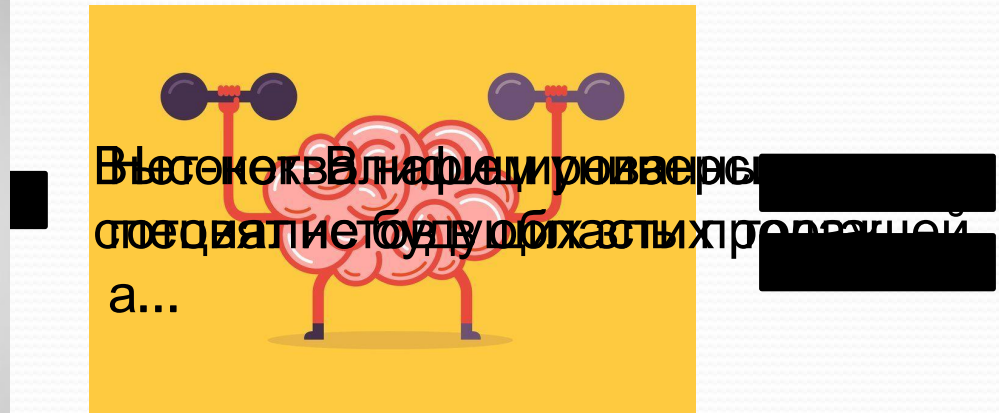
# Суровая реальность, поджидающая меня через 4 года

Леонова Дарья  
1 курс

Экономический факультет  
профиль маркетинг

# Что такое маркетинг?

Проучившись почти 2 месяца в университете, мы можем сказать: market с английского переводится как рынок, а Logos – с латинского – учение. Можно сделать вывод, что это учение о рынке.



# ЧТО ВХОДИТ В ОБЯЗАННОСТИ маркетолога?

## 1. АНАЛИЗ РЫНКА.

Тенденции на рынке меняются далеко не каждый день, и не каждый год. НО – они меняются. И со временем этот процесс ускоряется. Чем медленнее он меняется – тем сложнее принять и перестроиться под новые условия.

## 2. РАБОТА С КЛИЕНТАМИ.

Задача маркетолога – выяснить, что конкретно нужно клиенту. Почему он покупает у вас товар? Почему У ВАС? Почему ЭТОТ товар? Что устраивает? Что не устраивает?

## 3. АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ.

Держи друзей близко, а врагов еще ближе – гласит народная мудрость.

Маркетолог обязан общаться с клиентами, но под пристальным вниманием держать и конкурентов.



## 4. ПОИСК НОВЫХ КЛИЕНТОВ.

Задача маркетолога – искать новые ниши для использования товара.

## 6. АНАЛИЗ ДЕНЕГ.

Финансовая аналитика не главная задача маркетолога. Но финансовые результаты – конечная цель коммерческой организации. А кто, как не маркетолог отвечает за успехи и провалы своей кампании?

## 5. ПОИСК НОВЫХ ИНТЕРЕСНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ.

Задача – проанализировать и выделить экономически обоснованы и выгодны

# Первый день маркетолога на работе

- Допустим Вы прошли собеседование и завтра первый рабочий день. Если в душе Вы настоящий маркетолог, то не пойдете этим вечером отмечать новую должность с друзьями, а засядете за тщательное исследование на предмет, чем компания занимается, какие услуги/продукты производит, кто целевые клиенты — подготовитесь к первому дню на работе.
- Утром в офисе, вместе с работодателем начнете разбор текущей ситуации и целей проекта.
- Зафиксируете “нулевую отметку” показателей посещения, количества фолловеров в соц сетях, количества установок, продаж и показателей прибыли.
- Совместно разберетесь в ситуации и оцените узкие места бизнеса, найдете возможные проблемы и способы их решения.
- Далее следует проработка портрета целевой аудитории (ЦА) и профиля самого доходного клиента — именно на эту ЦА будет прицел Вашей стратегии продвижения. Пытаемся определить где клиенты “обитают” и с помощью каких каналов можно до них достучаться.
- В конце дня, когда ожидания заказчика сформированы, согласовываем стратегии, выбираем решения и инструменты, утверждаем бюджеты.

**А это только начало!**

# Когда поступил на маркетинг



Ожидание



Реальность



# 25 октября

**25 октября 1975** года в нашей стране был издан указ создать специальное министерство по управлению маркетингом и рекламой в СССР.

Теперь каждый год в этот день отмечают свой профессиональный праздник все маркетологи страны.



Даже для  
минимума **УСПЕХА**  
*требуется максимум*  
**маркетинга!**

День  
Маркетолога

25 Октября

В честь этого праздника хочется поздравить всю кафедру Маркетинга и Логистики с их профессиональным праздником. Каждый год они выпускают в мир новых профессионалов, готовых взорвать рынок новым товаром.

С днем

