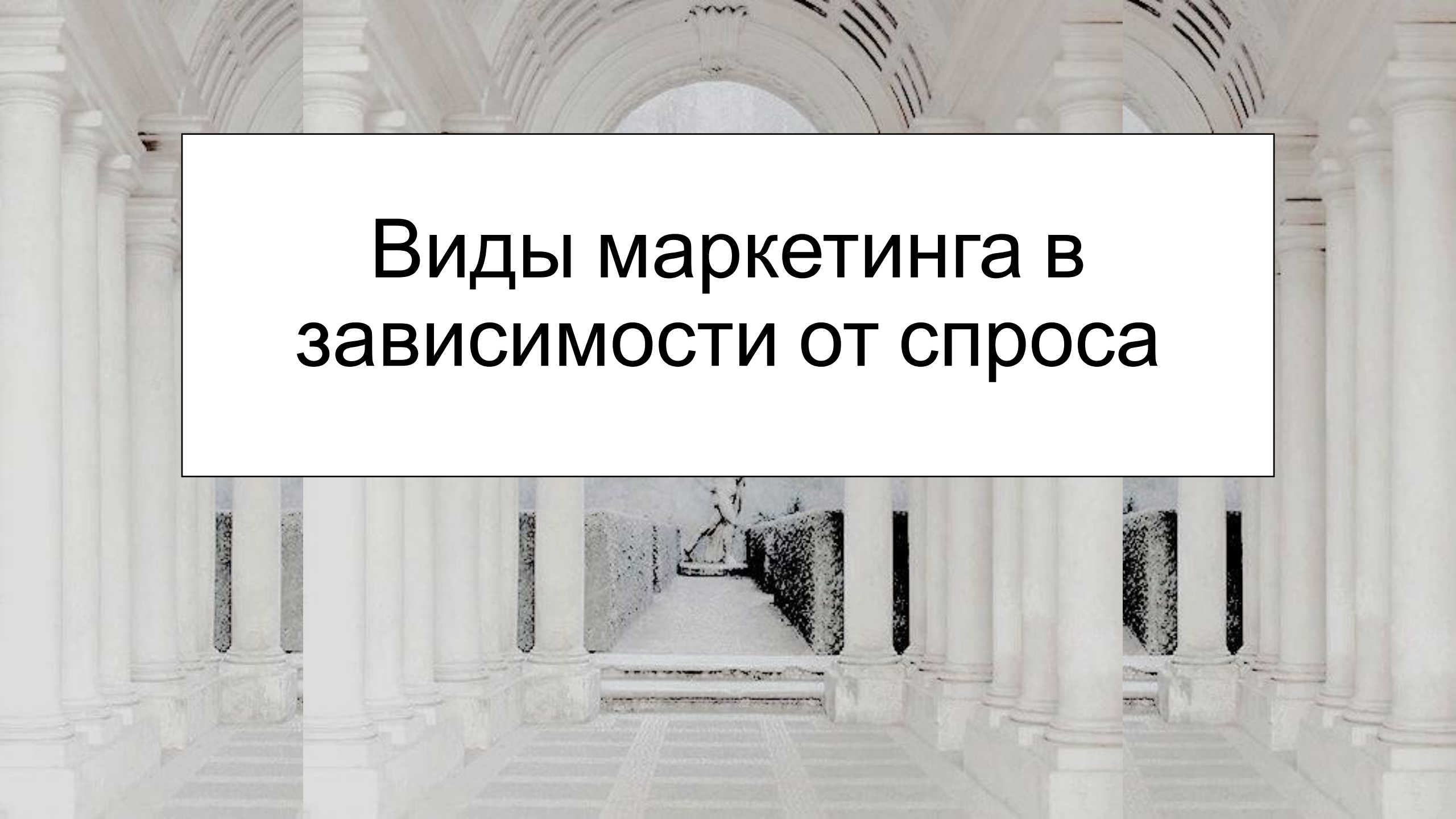




Виды маркетинга в зависимости от спроса

Ситуация на рынке	Вид маркетинга
Отрицательный спрос	Конверсионный
Отсутствующий спрос	Стимулирующий
Скрытый спрос	Развивающий
Падающий спрос	Ремаркетинг
Нерегулярный спрос	Синхромаркетинг
Чрезмерный спрос	Демаркетинг
Полноценный спрос	Поддерживающий
Нерациональный спрос	Противодействующий

Конверсионный маркетинг

- Применяется в условиях отрицательного спроса.
- Задача- изменение отрицательного отношения потребителей к продукту.



Инструментами конверсионного маркетинга являются:

- Переделка продукта
- Снижения цены
- Поиск более эффективного продвижения



Пример про банки и ипотеку



Стимулирующий маркетинг

- Применяется в условиях отсутствия спроса.
- Задача- отыскание способов увязки присущих продукту выгод с потребностями и интересами потенциальных потребителей с тем, чтобы изменить их безразличное отношение к продукту.



Мероприятия стимулирующего маркетинга:

- модификация товаров;
- разработка новых видов продукции;
- снятие с производства устаревших товаров;
- обеспечение наилучшего ассортимента выпускаемых товаров;
- выявление возможностей использования товарных знаков;
- создание необходимой упаковки и проведение маркировки товаров;
- проведение стимулирующих мероприятий торгового маркетинга;
- послепродажные контакты с покупателями и потребителями

Сувенирная продукция

Обычно покупатель не планирует покупку подобных товаров, а желание приобрести появляется лишь вследствие лицезрения их на витрине, под влиянием эмоций.



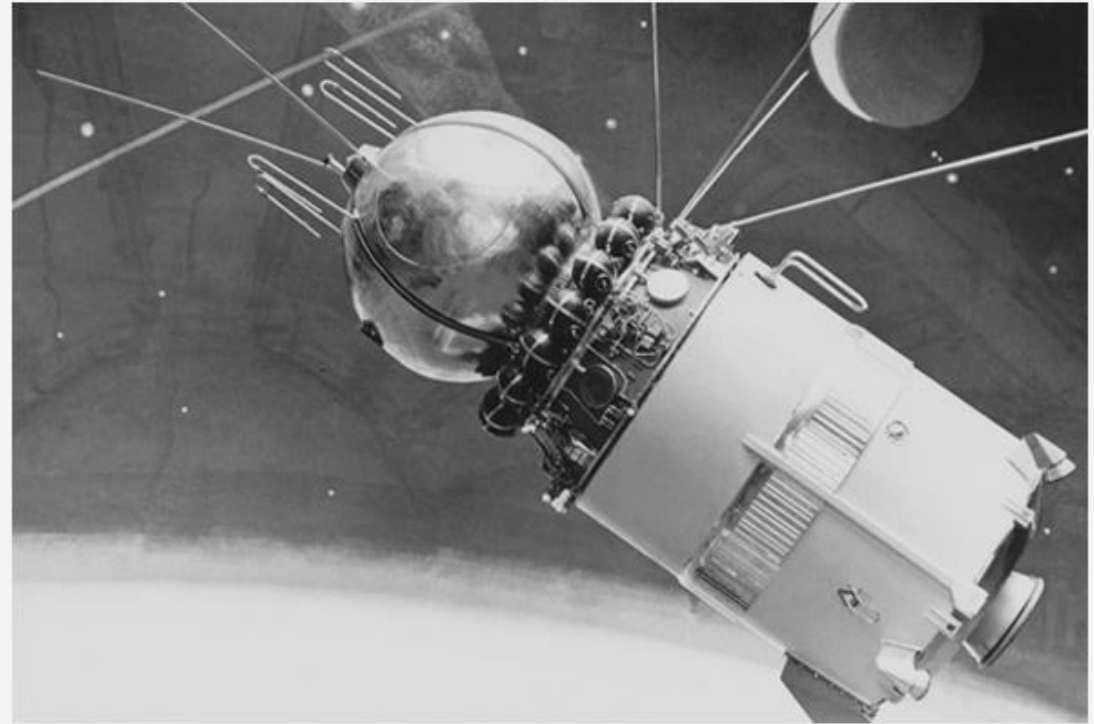
Развивающий маркетинг



- Применяется в условиях скрытого спроса, когда многие потребители не удовлетворены существующими продуктами.
- Задача- оценка размера потенциального рынка и разработка новых продуктов, способных превратить спрос в реальный. Речь идет о создании новых товаров на новом качественном уровне и товаров в новых сферах потребления.

Инструменты развивающего маркетинга

- Разработка продуктов, отвечающих новым потребностям;
- Переход на новый качественный уровень удовлетворения потребностей;
- Использование новой рекламы
- Создание ориентированного на конкретные потребительские группы имиджа продукта



Что бы такое
съесть, чтобы
похудеть?



Ремаркетинг

- Применяется в условиях падающего спроса.
- Задача- восстановление спроса на основе переосмысления ранее использовавшегося маркетингового подхода.



Испанская дизайн-группа Tatabi Studio создала изысканную упаковку для гурмэ-попкорна. Все очень серьезно



Синхромаркетинг

- Применяется в условиях нерегуляр товарами сезонного потребления.
- Задача - поиск способов сглаживан



Методы:

- Гибкие цены
- Активное продвижение
- Смена товаров или услуг
- Поочередный переход на различные географические и другие сегменты рынка.



Применяется в условиях
чрезмерного спроса.

Демаркетинг

Программа реализуется
через:

- повышение цены,
- сокращения или прекращения рекламы,
- продажу лицензий на право производства товаров.





Pink Label
Black Label
Silver Label
Gold Label
Platinum Label



Поддерживающий маркетинг

- Применяется в условиях полноценного спроса, когда организация удовлетворена объемом сбыта.
- Задача - поддержание существующего уровня спроса с учетом изменения системы предпочтений потребителей и усиления конкуренции.
- Инструменты маркетинга при этом: проведение продуманной ценовой политики, реклама, а также контроль расходов на маркетинг.



FEATURING TRAVIS SCOTT

NEW FROM FENTY

THE CREEPER

RIHANNA AND PUMA REMIX THE CLASSIC SUEDE.
NOW IN FRESH COLORS.



· FENTY ·

 by Rihanna

Противодействующий маркетинг

- Применяется в условиях нерационального спроса на продукты:
 - вредные для здоровья;
 - нерациональные с общественной точки зрения.
- Основная цель – свести на нет спрос, который противоречит интересам общества.



