



Российский университет дружбы народов  
Филологический факультет  
Кафедра массовых коммуникаций

# «Потребность, как главная дефиниция маркетинга»

# Что такое маркетинг?

---

**Маркетинг** – творческий процесс, удовлетворения потребностей клиента с пользой для себя (Ф.Котлер).

Польза для себя – удовлетворение собственных потребностей.

# Следовательно, маркетинг...

---

...удовлетворение потребностей обеих сторон посредством обмена.

Ключевое понятие – «*потребность*».

# Маркетинговая деятельность – это...

---

- выявление
- предугадывание
- удовлетворение потребностей  
клиентов (экономических  
субъектов)

# Нужда и потребность

---

**Нужда** – это чувство ощущаемой нехватки чего-либо, это исходная составляющая природы человека

**Потребность** – это нужда, принявшая специфическую форму, в соответствии с культурным уровнем и личностью человека

# Теория потребностей изучается ...

---

- философами
- социологами
- экономистами

Наиболее распространена теория потребностей Абрахама Маслоу (дополнена Клейтоном Альдерфером)

# Пирамида Маслоу I

---

## Потребности (в иерархии)

- Физиологические: голод, жажда, половое влечение
- Экзистенциальные: безопасность существования, комфорт, постоянство условий жизни

# Пирамида Маслоу II

---

- Социальные: общение, привязанность, забота о другом и внимание к себе, совместная деятельность
- Престижные: самоуважение, уважение со стороны других, признание, успех, служебный рост
- Духовные: познание, самоактуализация, самовыражение

# Пирамида Маслоу III



# Что такое «запрос» и «товар»?

---

**Запрос** – это потребность, подкреплённая покупательной способностью

**Товар** – то, что может удовлетворить потребность или нужду и предлагается на рынке

# Не продукты, а решения!

---

Человеку нужны  
не сами по себе товары, а  
удовлетворённые потребности и  
решённые проблемы!

# Маркетинг и коммуникации

---

Задача маркетинга – решать *проблемы* клиента с помощью разработанных товаров, объяснять своё решение через маркетинговые коммуникации с привлечением правильно обученных продавцов.

# «Маркетинговая близорукость»

---

Влюблённость производителя (продавца) в предлагаемый товар, культивирование и совершенствование товара, непонимание того, что первичен не товар, а потребность (нужда) клиента.

Термин предложен Теодором Левиттом в статье 1960 года.

# Два варианта счастья

---

- *удовлетворение всех потребностей*

- *отказ от всех потребностей*

# Четыре способа удовлетворения потребности:

---

- Самообеспечение (сделать самому)
- Попрошайничество (выпросить)
- Кража (украсть, отнять)
- Обмен (обменять, в том числе на деньги, т. е. купить)

# В зоне нашего внимания - обмен

---

...получение желаемого объекта с предложением чего-либо взамен (деньги, как вариант)

# Цитата дня

---

С точки зрения маркетинга,

*Бог в операционной – это...*

# Цитата дня

---

*... больной, которого оперируют*

Читайте [www.e-executive.ru](http://www.e-executive.ru)

Спасибо за внимание! 😊