

Маркетинг

Березюк
Анжелика
8058586@mail.

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.

Маркетинг – это...

деятельность компании по изучению
потребительских потребностей и
прибыльному для бизнеса удовлетворению
их через наиболее конкурентоспособный
продукт на целевом рынке.

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

Маркетинг 1.0

Product-centric era

Производство и продвижение товаров на рынок

Маркетинг 2.0

Customer-centric era

Изучение потребностей потребителя и
удовлетворение их



Маркетинг 3.0

Эра ценностей

Теперь компании рассматривают людей не просто как потребителей, а как полноценных человеческих существ, наделенных мыслями, эмоциями, душой.

Пришло время достучаться до сердец потребителей, необходимо определять и удовлетворять их эмоциональные и духовные потребности (Филип Котлер)

<i>Характеристика</i>	<i>Маркетинг 1.0 Ориентация на продукт</i>	<i>Маркетинг 2.0 Ориентация на потребителя</i>	<i>Маркетинг 3.0 Ориентация на ценности</i>
Цель	Продавать продукты	Удовлетворять запросы и удерживать потребителей	Сделать мир лучше
Движущая сила	Промышленная революция	Информационные технологии	Технологии новой волны
Как компании рассматривают рынок	Массовые потребители с физиологическими потребностями	Более информированные потребители со своими мыслями и эмоциями	Полноценные разумные человеческие существа с эмоциями и душой
Ключевая маркетинговая концепция	Разработка товаров	Дифференциация	Ценности
Принципы маркетинга	Акцент на характеристиках продукта	Позиционирование компании и продукта	Миссия, видение и ценности компании
Потребительная стоимость	Функциональная	Функциональная и эмоциональная	Функциональная, эмоциональная и духовная
Взаимодействие с потребителями	«Один со многими»	«Один на один»	«Сотрудничество многих со многими»





Миссия компании
Цели бизнеса

Внешняя
среда

Маркетинговые цели

Внутренняя
среда

Определение потребностей
потребителей

Сегментирование

Таргетирование

Позиционирование

Разработка и внедрение
комплекса маркетинга



Стоимость
акционерного
капитала

Чистая прибыль
и денежный поток

Финансовые результаты

Система показателей эффективности
маркетинга

Степень удовлетворенности потребителей, доля
повторных клиентов, покупательское поведение

Маркетинговая стратегия и ее реализация

Основные понятия маркетинга

Потребность



Пирамида потребностей А. Маслоу





Основные понятия маркетинга

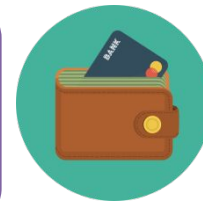
Нужда



Потребность



Спрос



you're
NOT you
when
you're
HUNGRY™



MAYBELLINE[®]

NEW YORK





Turn on your adventure.

Over 620 miles on a single tank. Volkswagen Amarok.



Commercial
Vehicles

Потребности: какие они могут быть

1. Заявленная потребность.
2. Действительная потребность.
3. Скрытая потребность.
4. Демонстративная (статусная) потребность.

Marketing-mix 4P

- Product
- Price
- Place
- Promotion

Комплекс маркетинга 4Р

•ПРОДУКТ

- АССОРТИМЕНТ
- КАЧЕСТВО
- СЕРВИС

•ЦЕНА

- СКИДКИ
- РАКССРОЧКА
- СРОК ПЛАТЕЖА

•МЕСТО

- РАСПОЛОЖЕНИЕ
- ДОСТАВКА
- ЗАПАСЫ

•ПРОДВИЖЕНИЕ

- Реклама
- Прямые продажи
- PR

Продукт

Товар – то, что может удовлетворить
нужду или потребность;

- Какую проблему потребителя решает?
- Какие выгоды потребитель извлекает?



Whatever
life breaks up,
BIC
Glue
fixes.

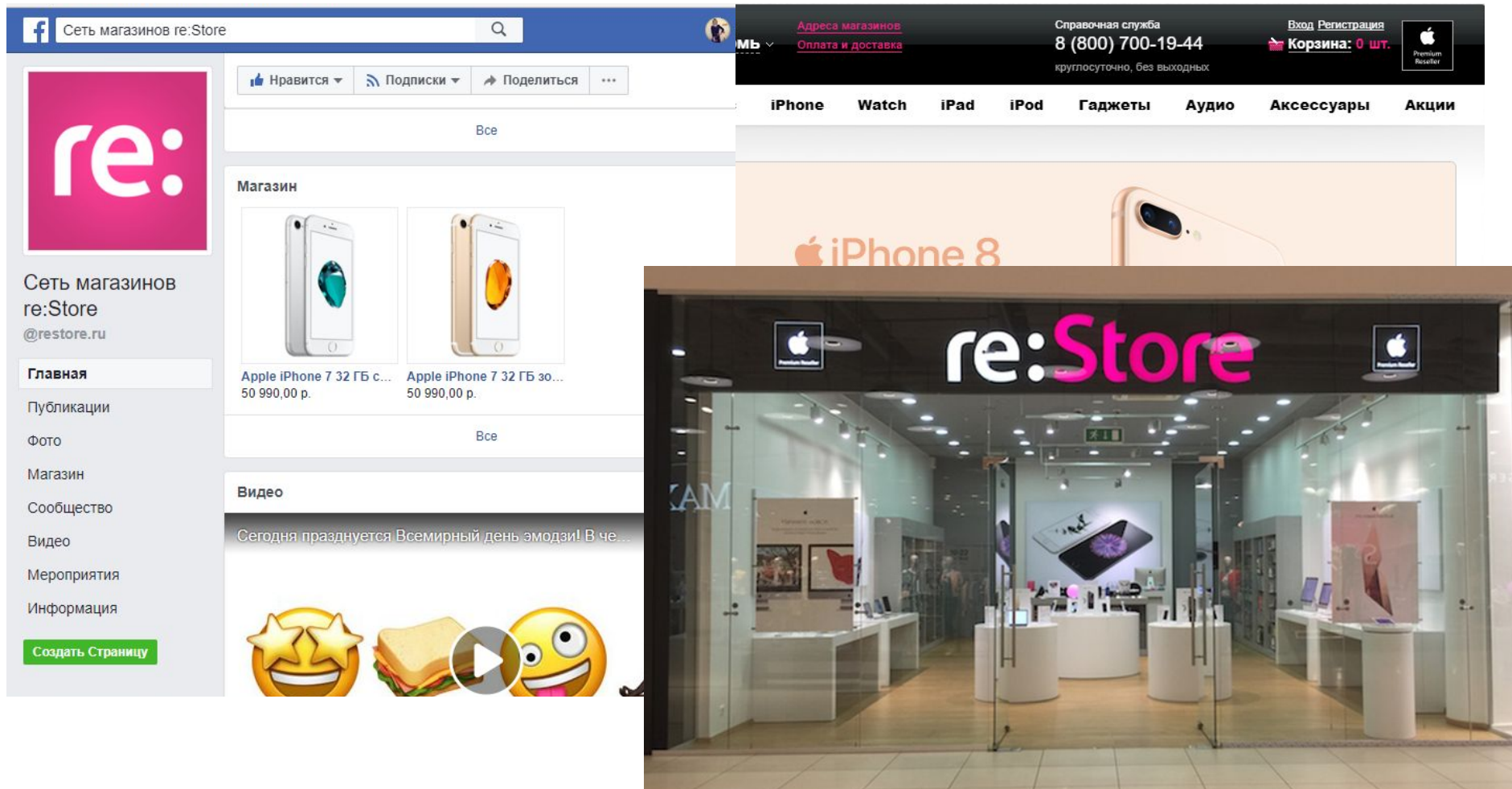
Цена

Ценность для потребителя



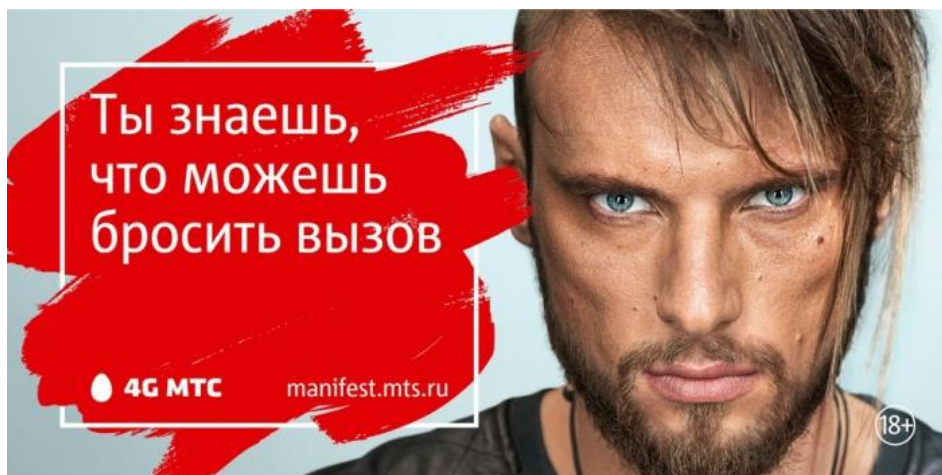
Место

Удобство для потребителя

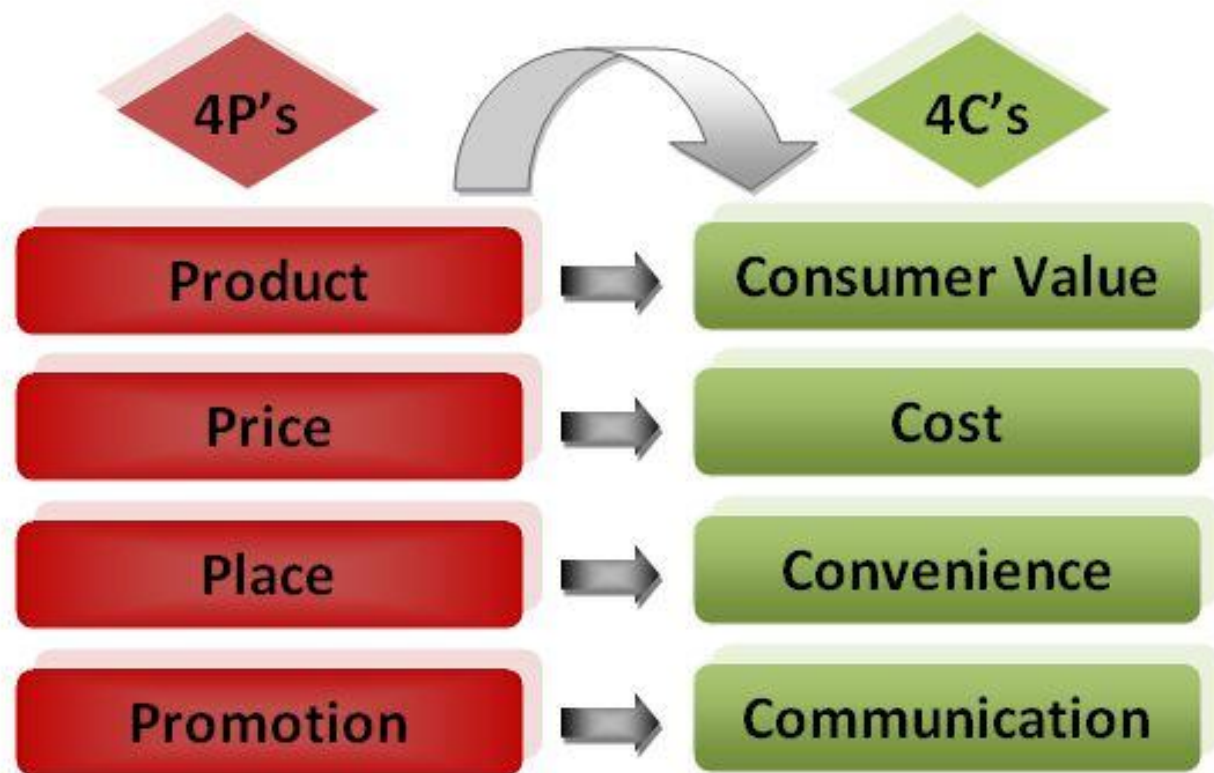


Продвижение

Коммуникация, диалог с потребителем



Концепция 4С



Характеристики услуг

- Нематериальны, неосязаемы
- Неотделимы
- Непостоянны
- Несохраниемы

Комплекс маркетинга 8Р

Продукт

Цена

Место

Продвиже
ние

+

Процесс

Персонал

Физическое
окружение

Персонализ
ация

• Интернет

Процесс



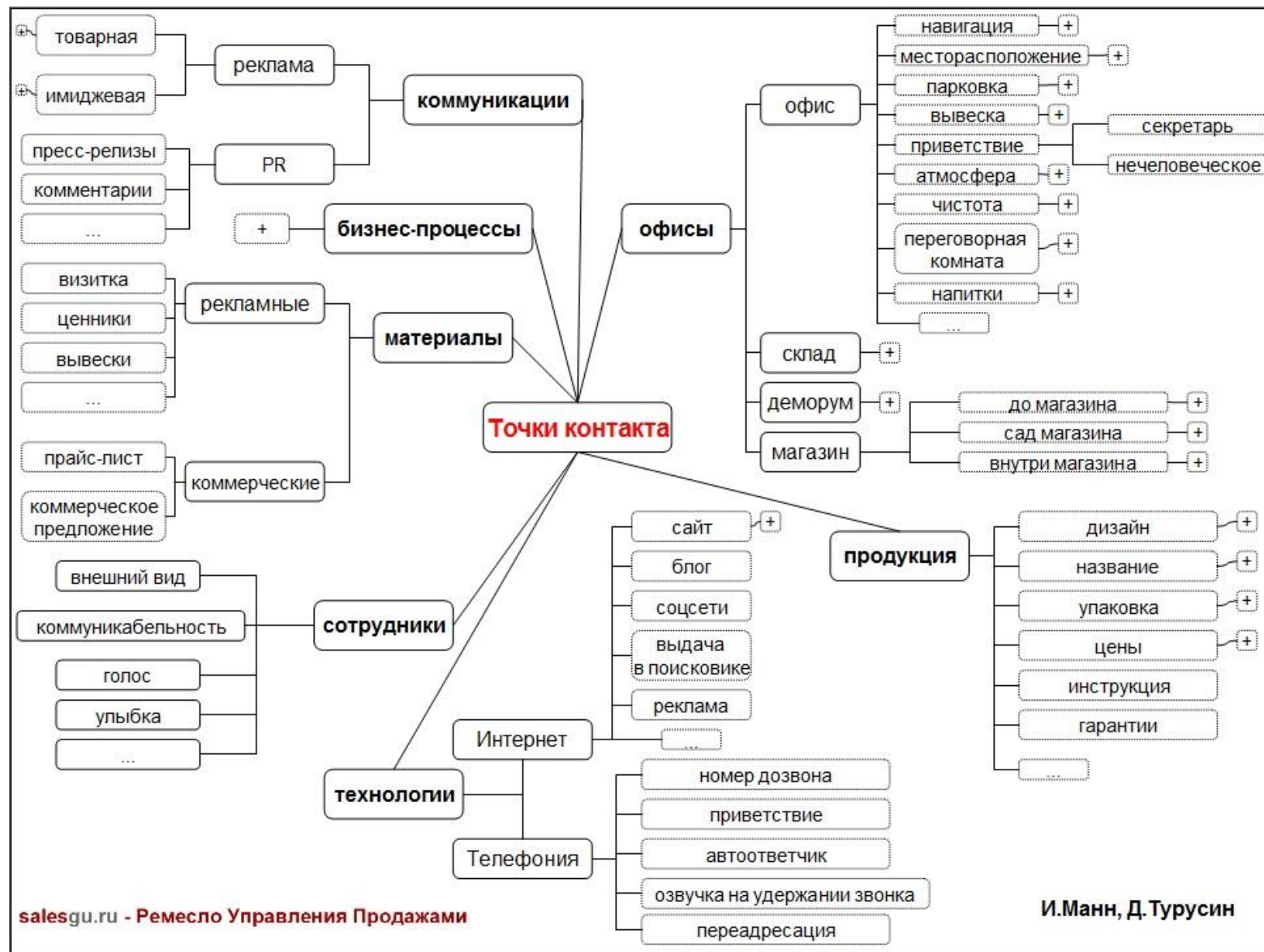
Персонал



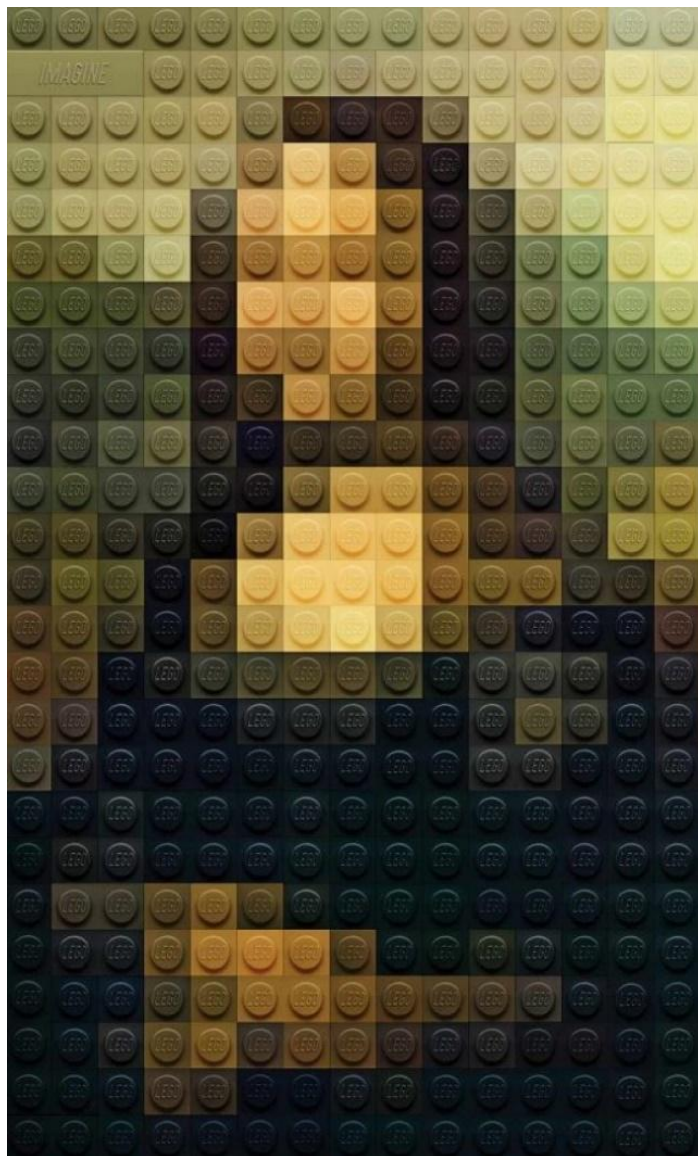
Персонализация



Физическое окружение



Узнали?



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!

