

# Комплекс маркетинга

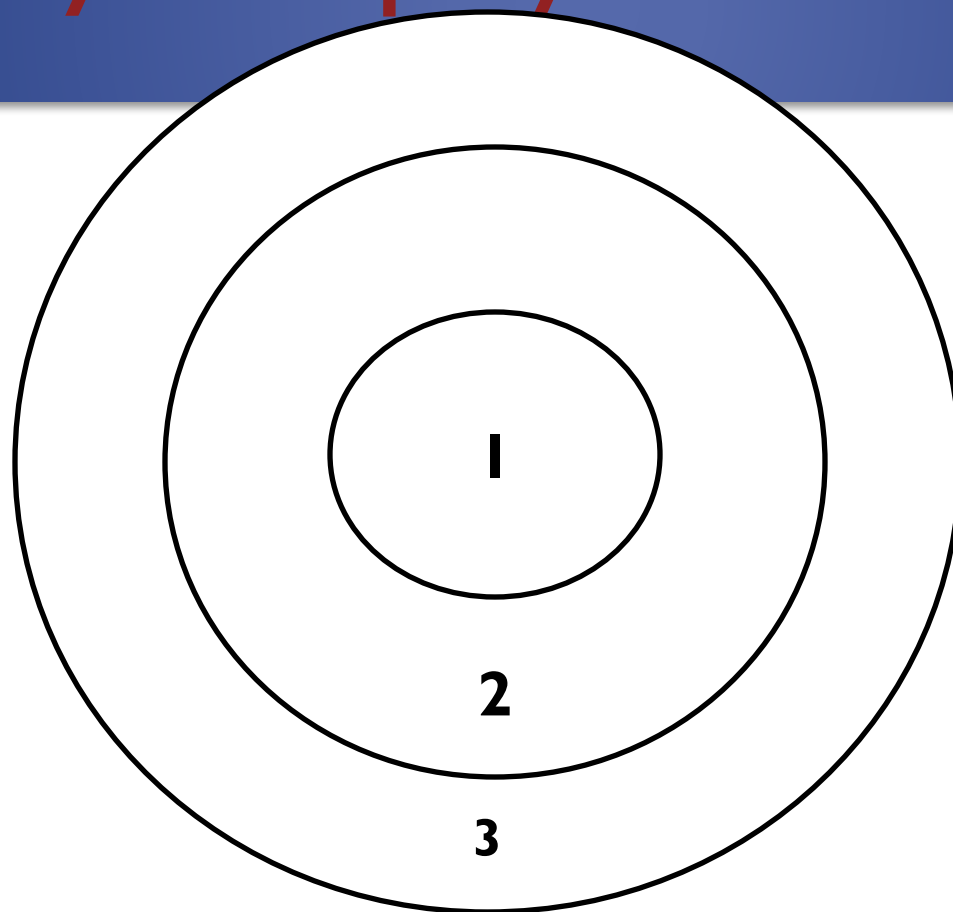
**Товарный  
ассортимент**  
качество;  
особенности  
товара;  
торговая марка;  
упаковка;  
маркировка;  
гарантии;  
прочие характе-  
ристики товара.

**Цена**  
прейскурантная  
цена;  
скидки;  
условия  
предоставления  
кредита;  
срок платежа;  
прочие вопросы  
касающиеся  
цены.

**Каналы  
распределения**  
охват рынка;  
выбор посредника;  
местоположение;  
товарно-  
материальные  
запасы (склад);  
транспорт;  
уровень  
обслуживания;  
сроки выполнения  
заказов;  
прочие вопросы,  
касающиеся  
каналов  
распределения.

**Продвижение**  
реклама;  
мероприятия по  
стимулированию  
сбыта;  
связи с  
общественностью;  
личная продажа;  
прямой маркетинг;  
деятельность в  
internet;  
прочие вопросы,  
касающиеся  
продвижения на  
рынок

# Мультиатрибутивная модель



1. - продукт по замыслу
2. - продукт в реальном исполнении
3. - продукт с подкреплением

# Маркетинговая макро - и микросфера



# Сегментация, отбора целевых сегментов и позиционирование

## Сегментация

- Выбрать рынок
- Выбрать подход к сегментации
- Оценить и выбрать сегмент, на которые предполагает ориентироваться компания

## Отбор целевых сегментов

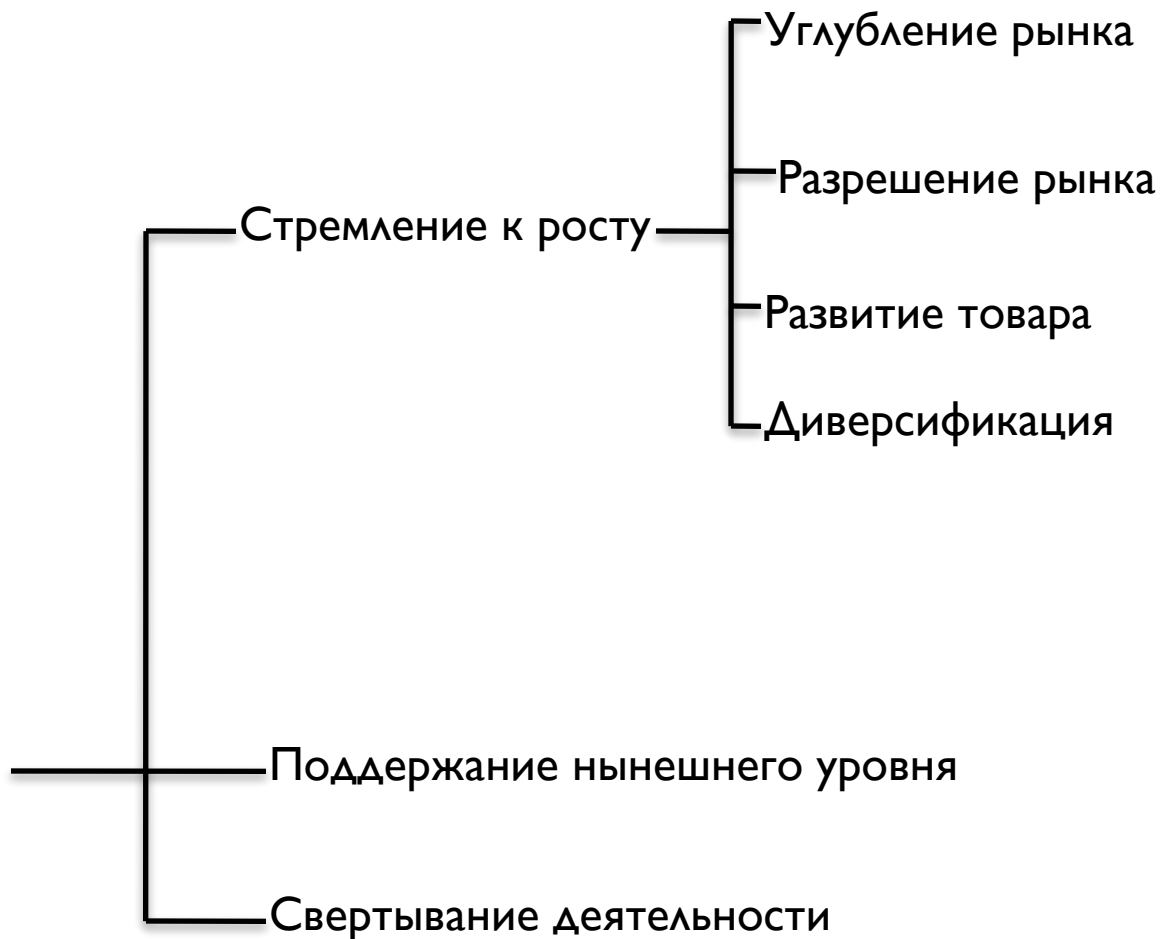
- Выбрать количество и приоритеты сегментов, на которые предполагает ориентироваться компания
- Выбрать стратегию охвата сегментов

## Позиционирование

- Выбрать значимые атрибуты для дифференциации
- Применить позиционирование посредством маркетинговой стратегии и тактики

# Варианты стратегического направления развития компании

Выбор стратегического направления развития компании



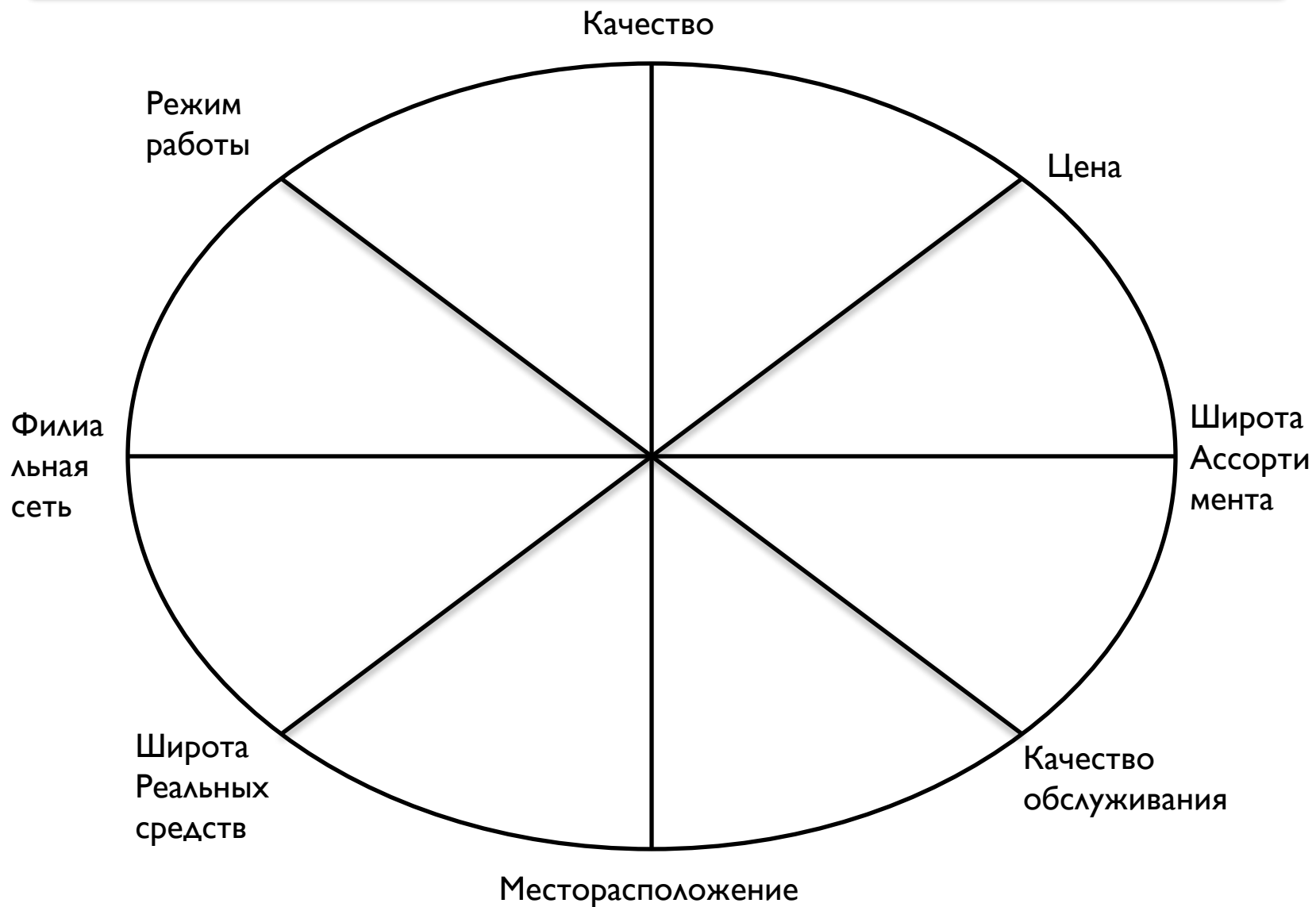
# Важнейшие инструменты продвижения

Инструмент	Использование	Примеры
Реклама	Эффективное донесение маркетингового послания до большой аудитории	Реклама на телевидении и радио; баннерная реклама в internet; реклама объявления в журналах и газетах; выпуск брошюр, посвященных компании и выпускаемой ею продукции; рекламные щиты; рекламные объявления на компакт-дисках и видеокассетах.
Мероприятия по стимулированию сбыта	Стимулирование немедленной покупки, вознаграждение повторных покупок, мотивирование торгового персонала.	Образцы товаров; купоны; вознаграждения; конкурсы, игры, лотереи; витрины и раскладки; демонстрации; специализированные выставки
Связи с общественностью	Формирование положительного имиджа и упрочение связей с заинтересованными лицами.	Спонсирование мероприятий; сообщения для прессы и брифинги; доклады; публичные выступления.
Прямой маркетинг	Вывод на целевые аудитории	Кампании, проводимые с помощью электронной почты; печатные и internet-каталоги; телемаркетинг; прямое обращение по почте (письма и брошюры)
Личная продажа	Индивидуальный выход на потребителей с целью продажи, упрочение отношений	Назначение времени совершения продажи; собрания и презентации, проводимые с целью продажи

# Пирамида иерархии потребностей по А.Маслоу



# Многоугольник конкурентоспособности





# Матрица SWOT- анализ

	Возможности	Угрозы со стороны рынка
Сильные стороны	СИВ	СИУ
Слабые стороны	СЛВ	СЛУ