

Комплекс маркетинга

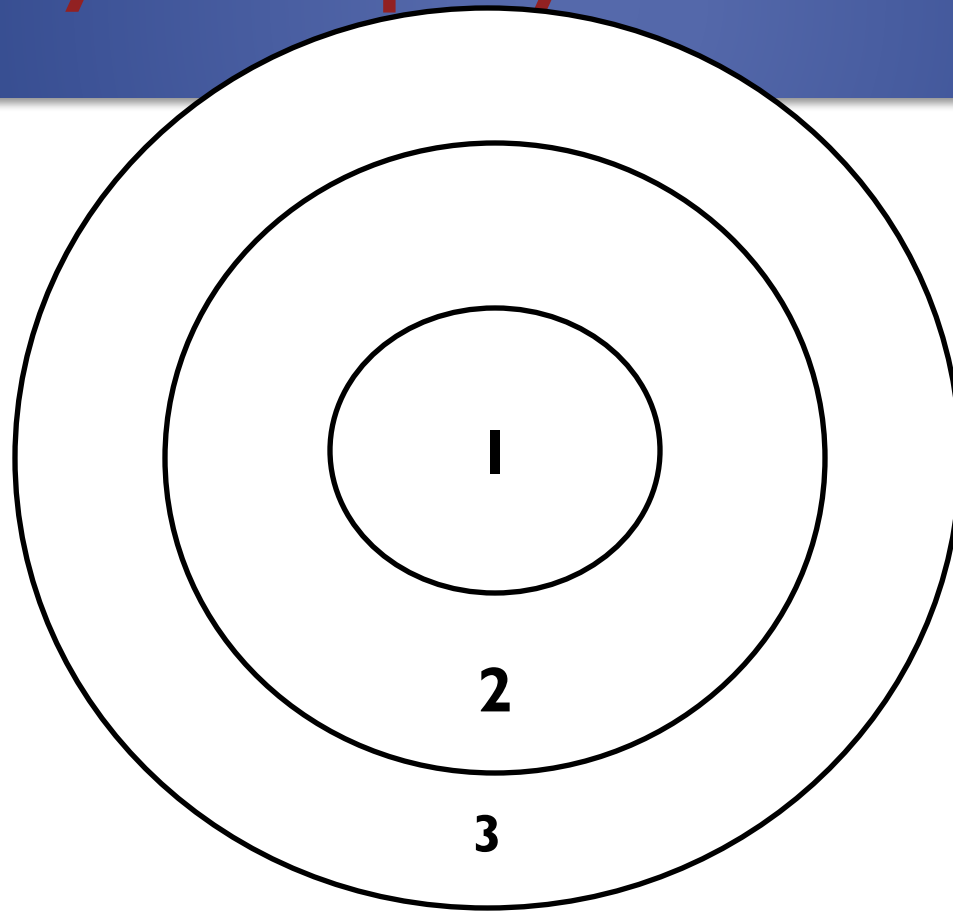
**Товарный
ассортимент**
качество;
особенности
товара;
торговая марка;
упаковка;
маркировка;
гарантии;
прочие характе-
ристики товара.

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

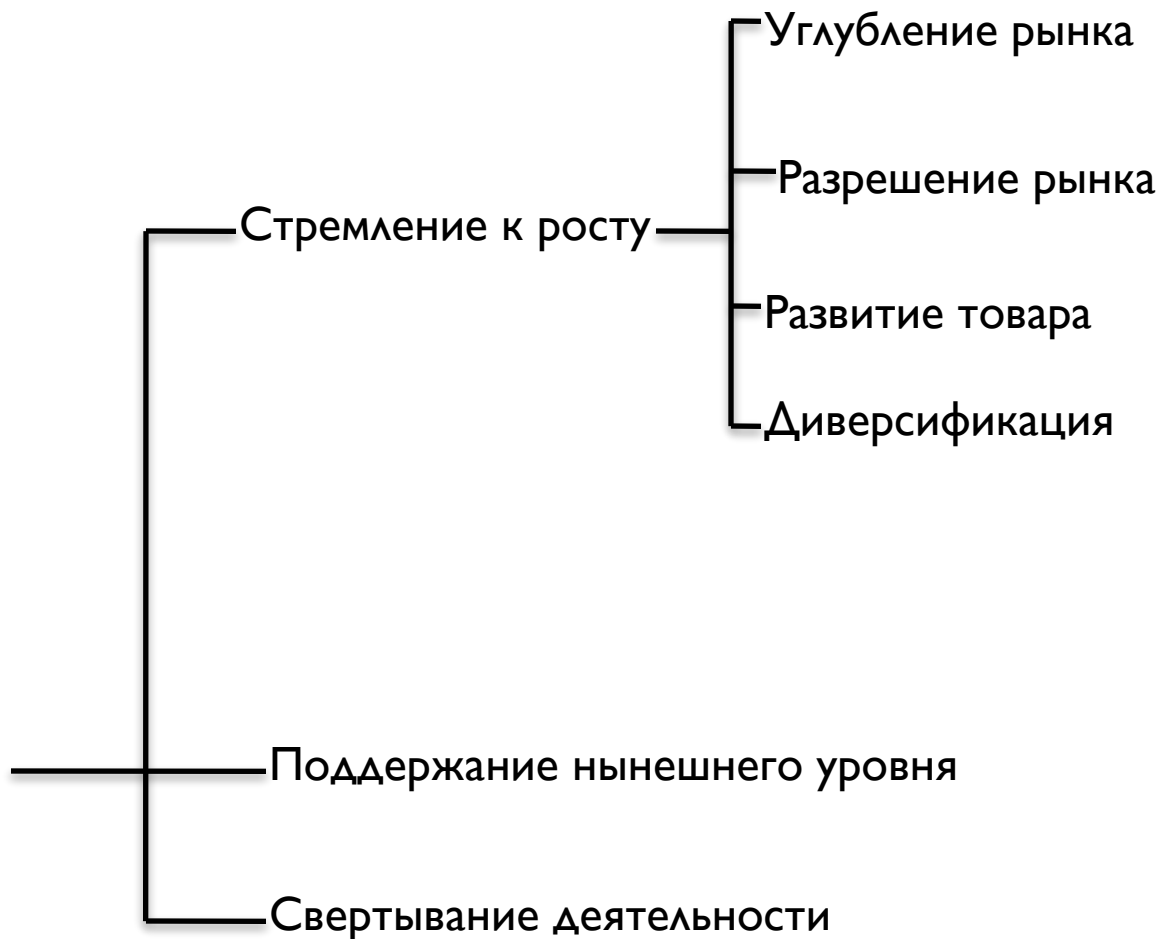
- Выбрать количество и приоритеты сегментов, на которые предполагает ориентироваться компания
- Выбрать стратегию охвата сегментов

Позиционирование

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

Варианты стратегического направления развития компании

Выбор стратегического направления развития компании



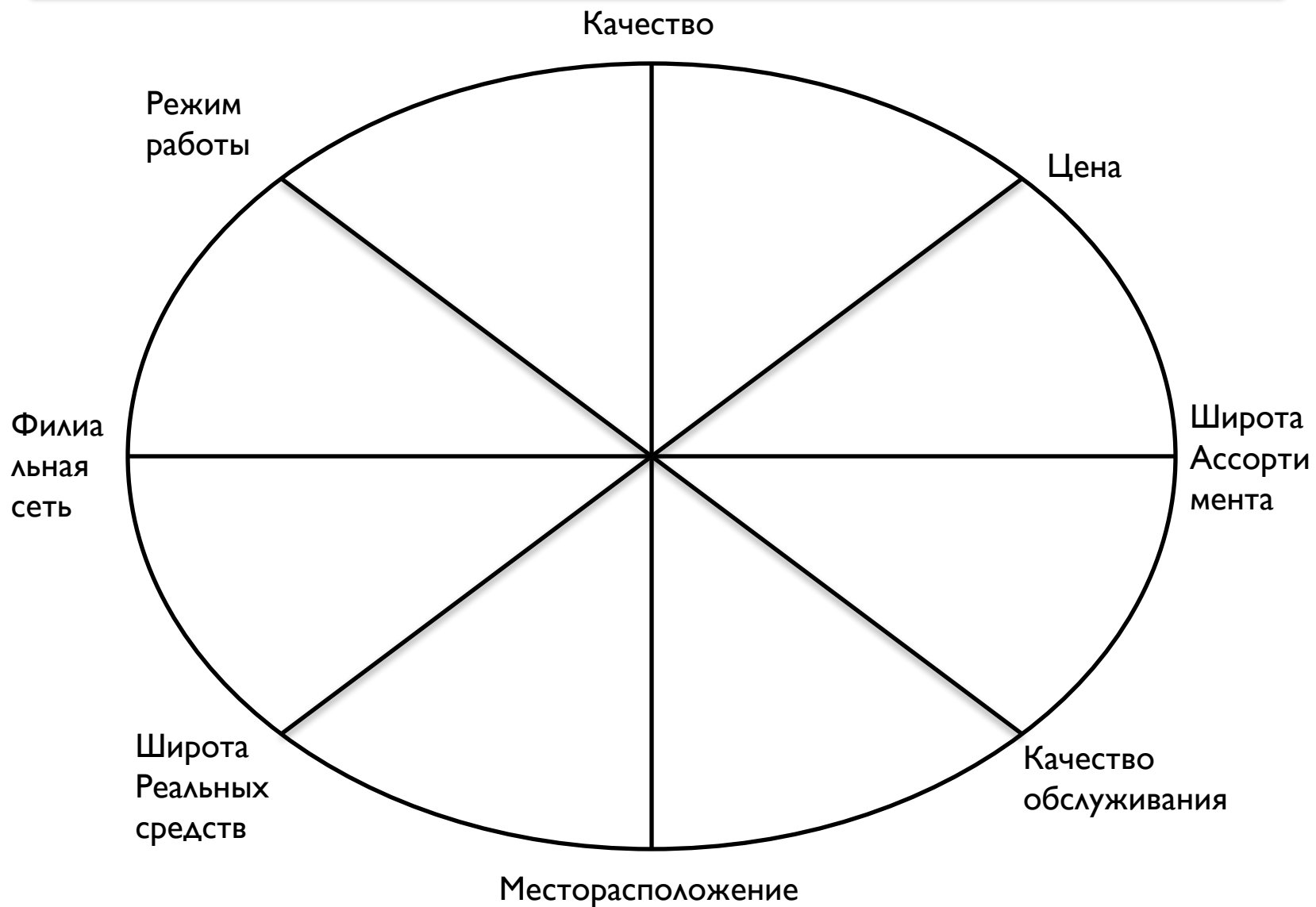
Важнейшие инструменты продвижения

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