Оперативная маркетинговая политика

- товарная политика;
- дистрибуционная (сбытовая) политика;
- коммуникационная политика;
- контрактная политика.

Дистрибуционная политика

Дистрибуционная политика предприятия, ведущего внешнеэкономическую деятельность, имеет три комплекса задач:

- выбор каналов распределения производимых товаров, а также соответствующих органов дистрибуции;
- согласованный со стратегией предприятия менеджмент интернациональной системы сбыта;
- физическое распределение технологических продуктов, имеющих спрос на различных международных рынках.

Контрактная политика

Факторы, влияющие на установленные цены

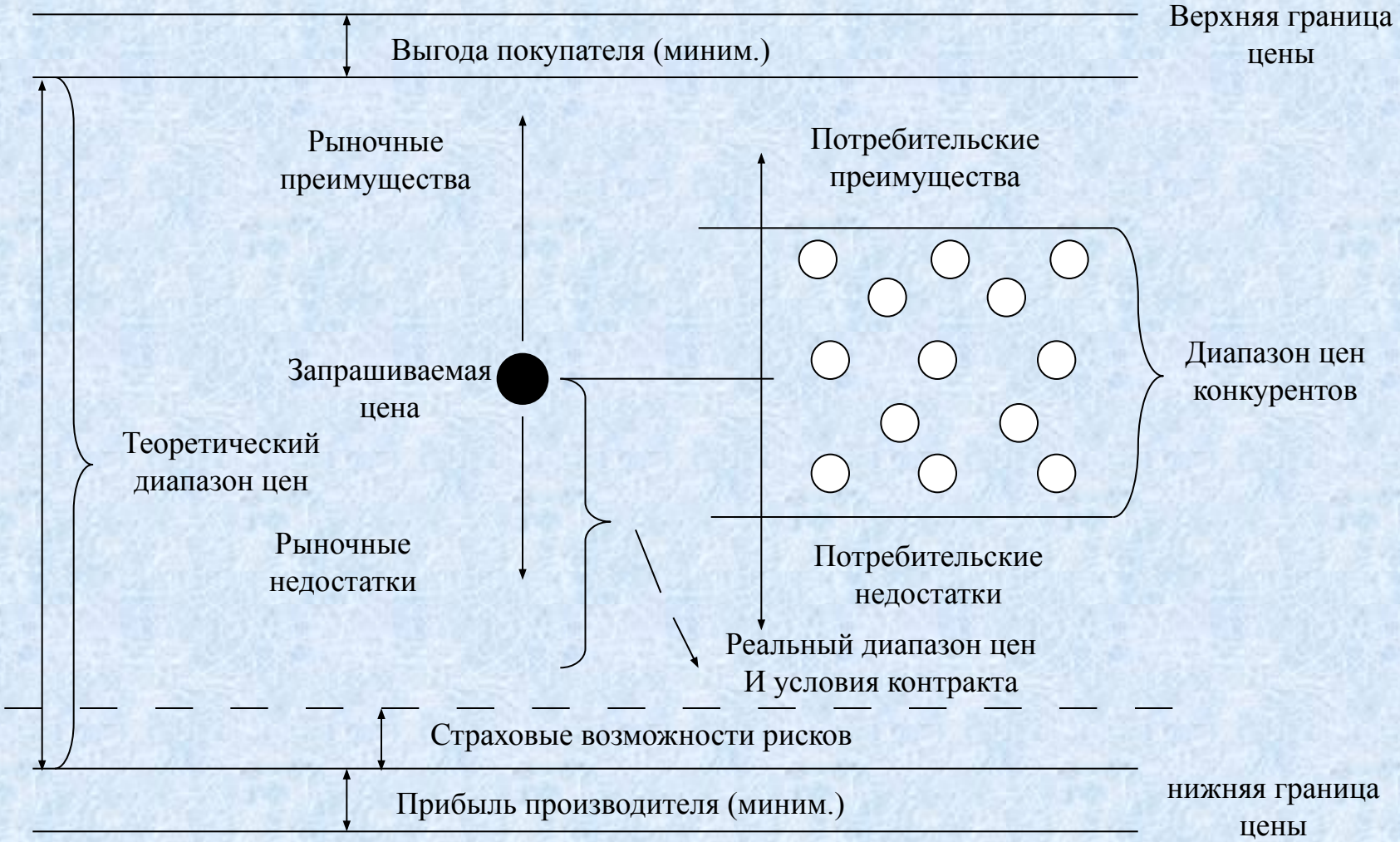
Ориентированные на предприятие	Ориентированные на затраты	Ориентированные на покупателя	Ориентированные на конкурентов
• Стратегия конкурентной борьбы • Маркетинговая политика • Ценовая стратегия • Эффекты взаимного влияния товаров в сбытовой программе предприятия	• Определение нижней границы на основе калькуляции -полных затрат (долгосрочные цены) -переменных затрат и величины покрытия постоянных затрат (краткосрочные цены) • Оценка объемов сбыта для определения доли постоянных затрат • Расчет конечных (максимально допустимых) затрат	• Анализ полезности товара для потребителя: Выявление покупательских предпочтений для определения функциональных характеристик товара и верхней границы приемлемой цены • Расчет эффективности инвестиций • Степень значимости покупателя для предприятия • Вид покупателя (оптовые торговые предприятия или конечные потребители) •Ценность рекомендаций первого покупателя	Типичные методы представления цен на рынке • Открытое представление цен (прайс-листы) -основные цены - усредненные цены • Скрытое представление цен (предложение), при этом имеет значение: -стратегия конкурентной борьбы и ценовая стратегия конкурентов -рыночный опыт - ожидания потребителей -Рыночные позиции конкурентов и своего предприятия - позиционирование собственных товаров и товаров конкурентов

Разработка концепции ценообразования

Установление конкретной цены

Принимая во внимание
- оформление контракта
- условия поставки
- условия платежа и финансирования
- возможные риски

Ценовая политика



Коммуникационная политика

Рыночные коммуникации

Символические коммуникации

Коммуникации самого товара

Массовые коммуникации

- Реклама
- Связи с общественностью
- Стимулирование сбыта
- Сведения об использовании

Индивидуальные коммуникации

- прямая рассылка
- персональные продажи
- консультация и информация
- на ярмарках
- личное общение

- Дизайн
- Цвет
- Запах
- Вкус
- Упаковка