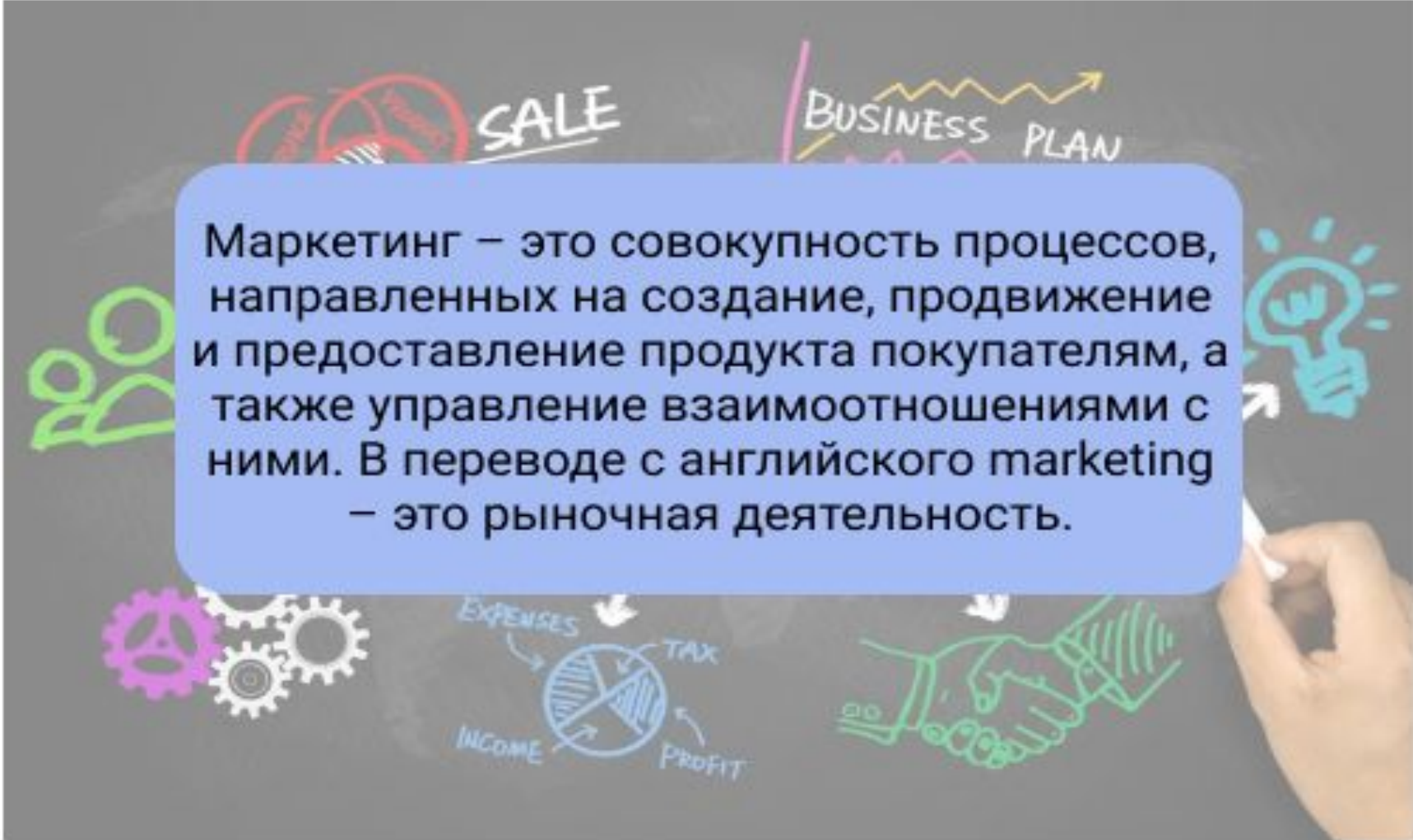
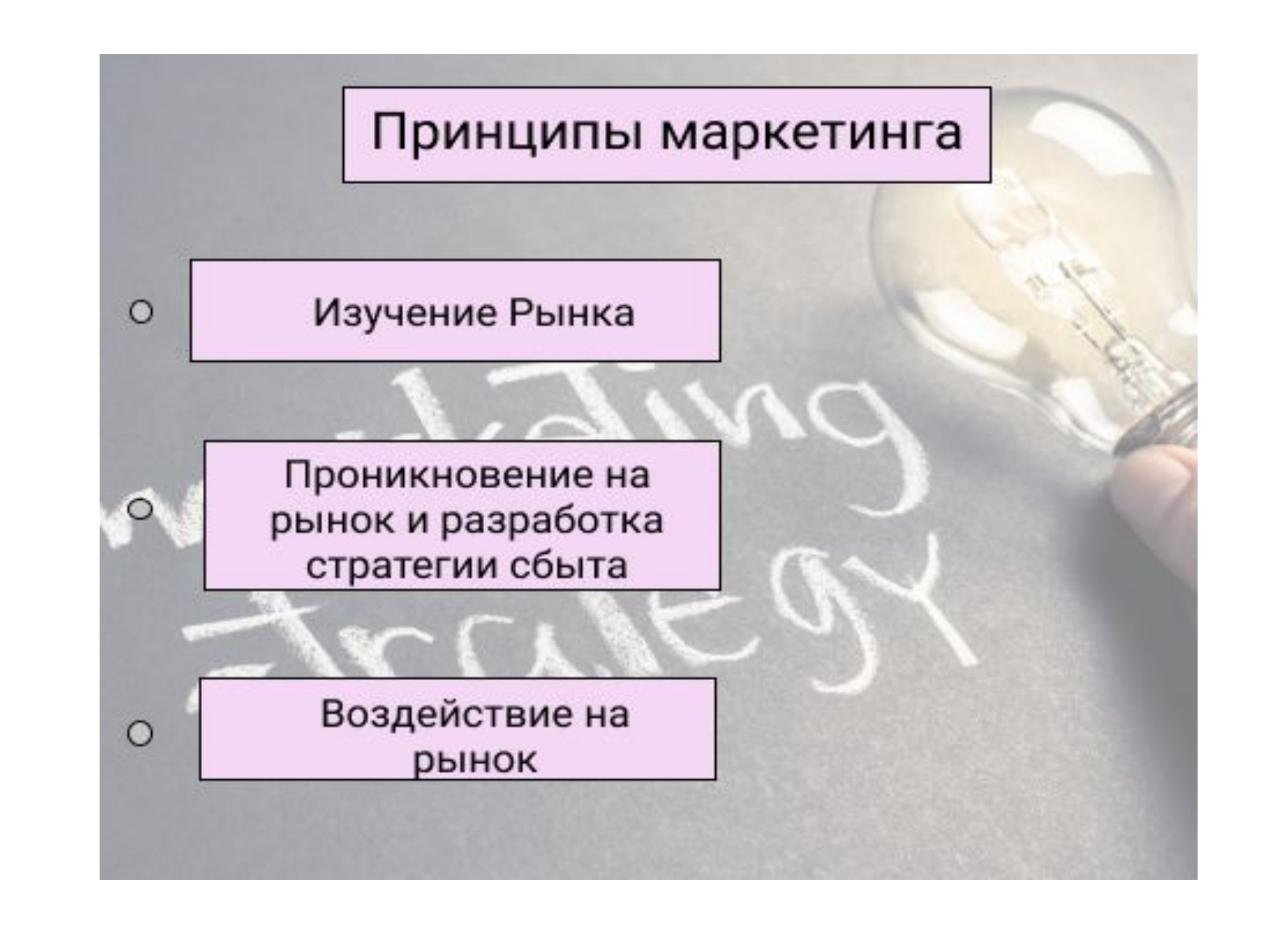


Маркетинг



Маркетинг – это совокупность процессов, направленных на создание, продвижение и предоставление продукта покупателям, а также управление взаимоотношениями с ними. В переводе с английского marketing – это рыночная деятельность.

Принципы маркетинга


A hand holding a lit lightbulb over a chalkboard with the word 'Marketing' written on it. The background is a chalkboard with the word 'Marketing' written in white chalk. A hand is holding a lit lightbulb, which is glowing and casting a warm light. The lightbulb is positioned in the upper right corner of the image. The chalkboard is dark grey, and the word 'Marketing' is written in white chalk, with the letters 'M', 'A', 'R', 'K', 'E', 'T', 'I', 'N', 'G' visible. The hand holding the lightbulb is in the lower right corner, and the lightbulb is tilted towards the center of the image.

- Изучение Рынка

- Проникновение на рынок и разработка стратегии сбыта

- Воздействие на рынок

Сегментация рынка



Географическая

Демографическая

Психографическая

Поведенческая

Географическая:

климат, местность, природные ресурсы, плотность населения, наличие городов и сёл



Демографическая

пол, возраст, размер семьи, уровень доходов, род занятий



Психографическая

стиль жизни, личные качества, реакция потребителя на товар



Поведенческая

мотивация и поведение потребителя

Цели и задачи маркетинга

1. Анализ рынка – текущая ситуация, спрос и предложения, тренды.
2. Анализ целевой аудитории – ее потребности, «боли», признаки, особенности.
3. Анализ конкурентов – цены, ассортимент, определение сильных и слабых сторон, разработка стратегий по «обгону» лидеров рынка.
4. Грамотная разработка ценовой политики компании, изучение системы ценообразования.
5. Создание и улучшение ассортимента.
6. Повышение качества сервиса и предоставляемых услуг.
7. Налаживание связей с клиентом, повышение доверия и лояльности потребителя.
8. Продвижение своих товаров и услуг в офлайн- и онлайн-пространстве.
9. Повышение узнаваемости бренда, деловой репутации и имиджа.
10. Повышение конверсионных показателей компании.
11. Увеличение объемов производства, продаж.

Комплекс маркетинга (4P):

Товар
Номенклатура продукта
Качество
Дизайн
Характеристики
Название
Упаковка
Размеры
Обслуживание
Гарантии
Возврат

Продвижение
Стимулирование сбыта
Реклама
Служба сбыта
Связи с общественностью
Прямой маркетинг



Цена
Прейскурант
Скидки
Надбавки
Периодичность платежей
Условия кредита

Место
Каналы распределения
Охват рынков
Ассортимент
Размещение
Управление запасами
Транспорт

Сферы маркетинга

потребительские товары – вся та продукция, которую мы приобретаем в магазинах.

потребительские услуги – рынок услуг, предоставляемых обычным людям

средства производства – продукция, связанная с производством других продуктов

собственность – рынок недвижимости и ценных бумаг;

опыт – рынок трудоустройства;

идеи и информация – сфера деятельности по предложению новых идей и информации;

события – мероприятия различного характера, от выставок до спортивных соревнований;

личности – рынок знаменитостей;

географические территории – рыночная борьба за территории

Виды маркетинга

ПО СПРОСУ:

демаркетинг

конверсионный
стимулирующий

развивающий маркетинг
ремаркетинг

синхромаркетинг

поддерживающий

противодействующий
маркетинг

ПО ОХВАТУ РЫНКА:

недифференцированный

концентрированный

дифференцированный

ПО ТИПУ ПОТРЕБИТЕЛЯ:

B2B

B2C

ПО ТИПУ МЕСТА ПРИМЕНЕНИЯ:

онлайн-маркетинг

офлайн-маркетинг