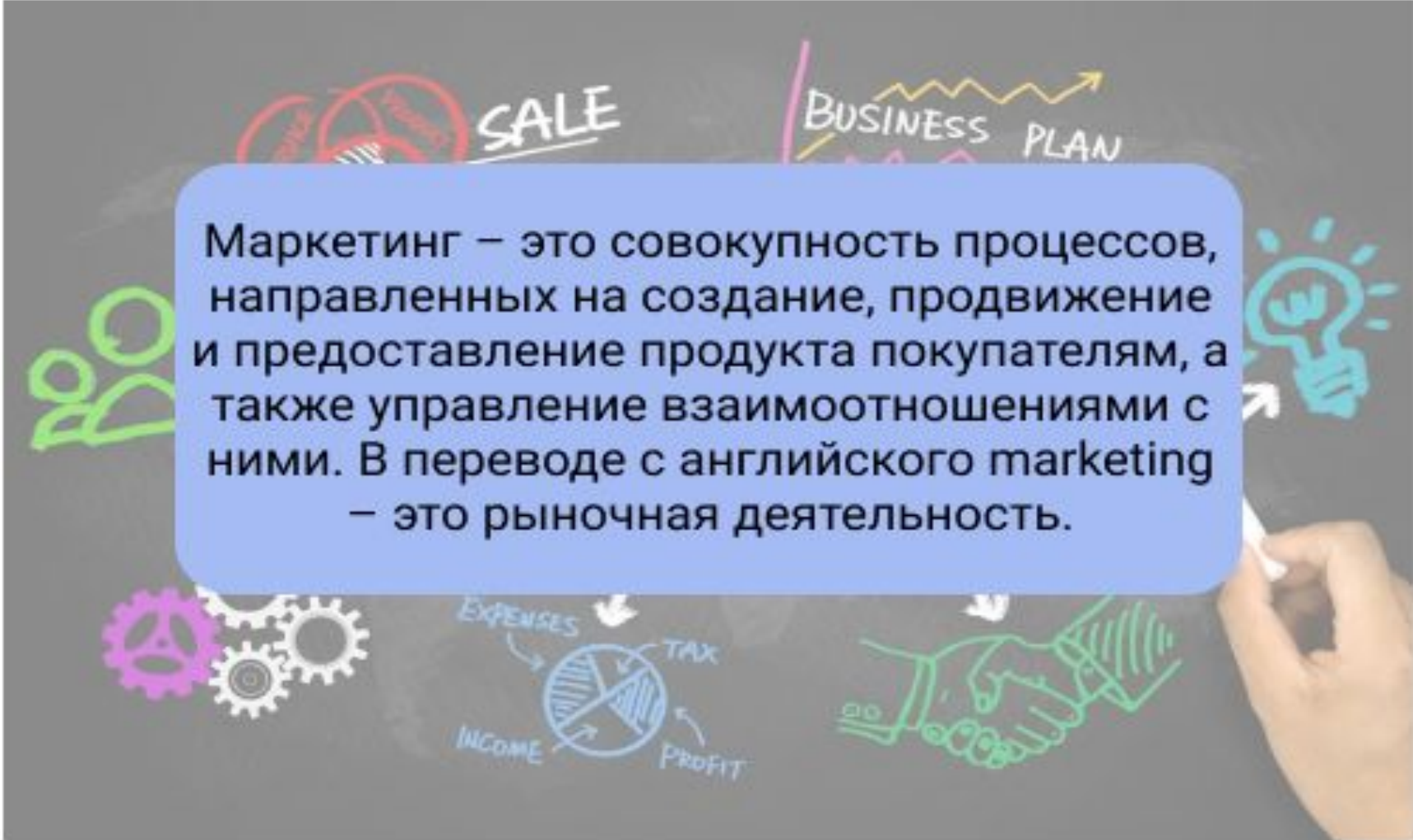
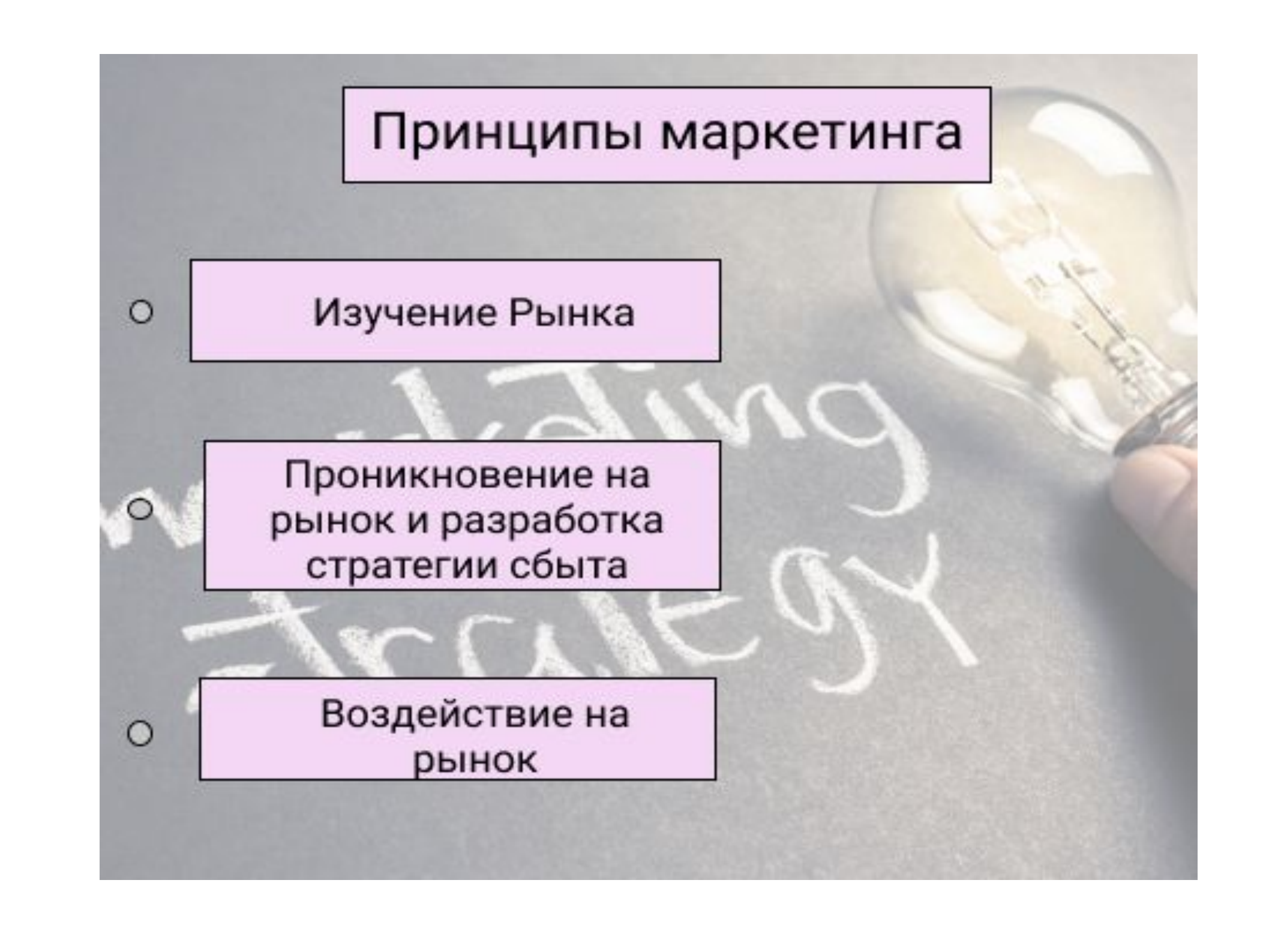


Маркетинг



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 lightbulb is glowing, and the chalkboard has the word 'Marketing' written in white chalk. The background is a dark grey surface.

- 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