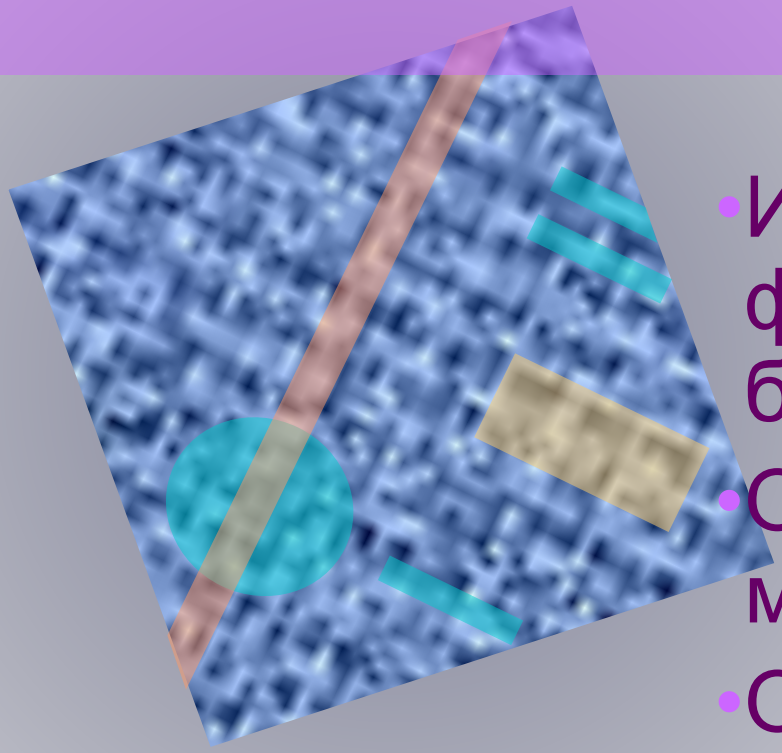
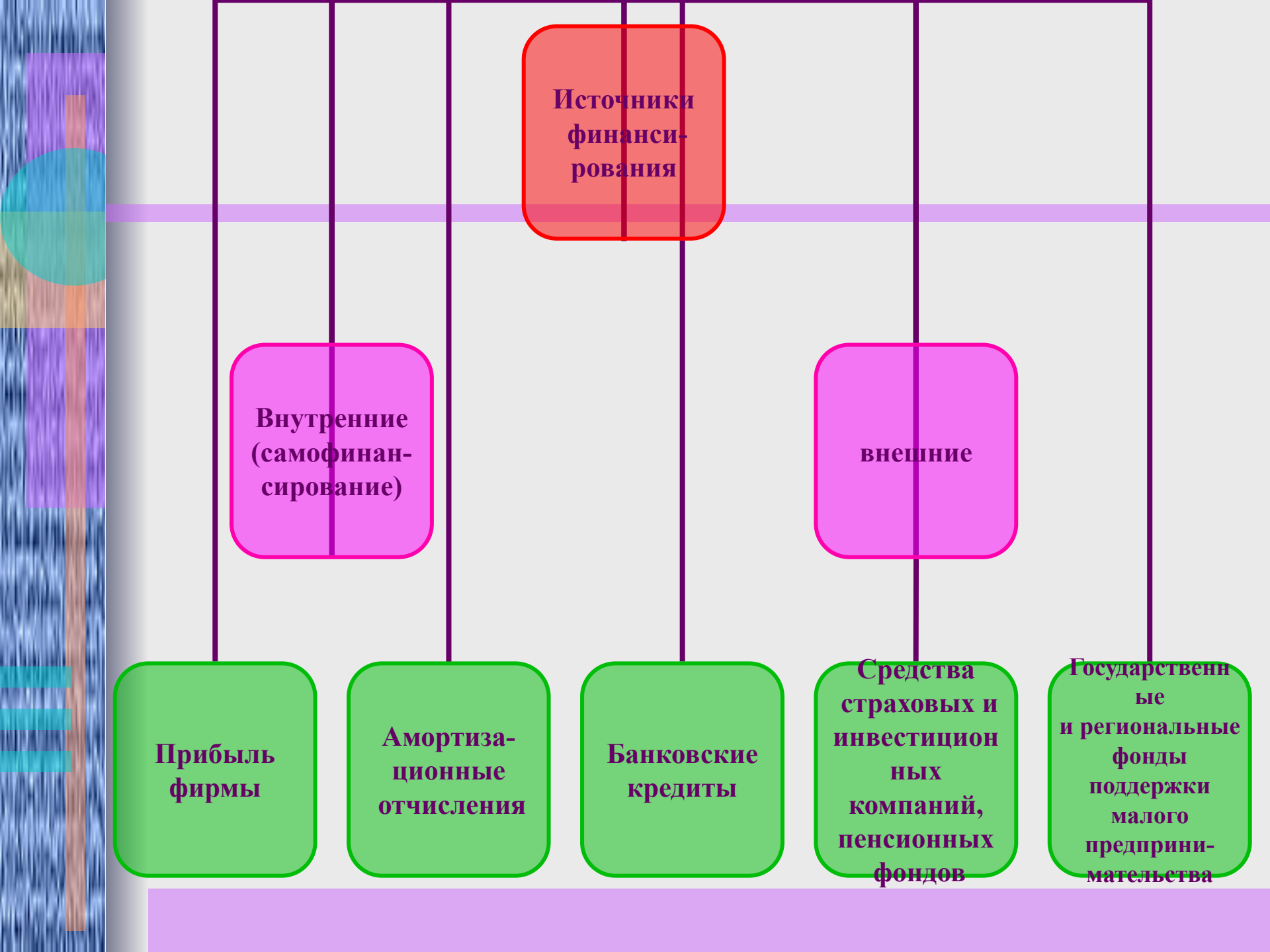
Слагаемые успеха в бизнесе



- Источники финансирования бизнеса
- Основные принципы менеджмента
- Основы маркетинга


Источники финанси-рования
Внутренние (самофинан-сирование)
внешние
Прибыль фирмы
Амортиза-ционные отчисления
Банковские кредиты
Средства страховых и инвестицион ных компаний, пенсионных фондов
Государственн ые и региональные фонды поддержки малого предприни-мательства

Банковский кредит – денежная сумма, выдаваемая банком на определенный срок на условиях возвратности и уплаты процентов

- **Менеджмент** – *это деятельность по организации и координации работы предприятия*

- **Менеджер –** *это специалист по управлению производством и обращению товаров, наемный управляющий.*

**Менеджер низшего звена –
начальник участка, цеха или бригадир –
руководит непосредственно
рабочими и отвечает за работу своего
подразделения**

**Менеджер среднего
звена – заместитель директора
по производству, или
финансам, или снабжению и т.п. –
Руководит менеджерами низшего
звена и контролирует работу
своего участка**

***Топ-менеджер –
Генеральный
директор,
президент,
или председатель
правления компании –
отвечает за работу всего***

Функции менеджмента

1. ***Организация –*** *это распределение работ среди групп и координация их деятельности*
2. ***Планирование –*** *это постановка целей и определение путей достижения этих целей.*
3. ***Руководство –*** *это создание условий и желания у людей для совместной работы по достижению целей компании.*
4. ***Контроль –*** *это проверка деятельности фирмы на пути к ее цели и корректировка отклонений от поставленных целей.*

Маркетинг – *это деятельность, направленная на формирование и удовлетворение потребностей человека посредством обмена*

- *«Производить то, что можно продать, а не пытаться продать то, что можно произвести»*

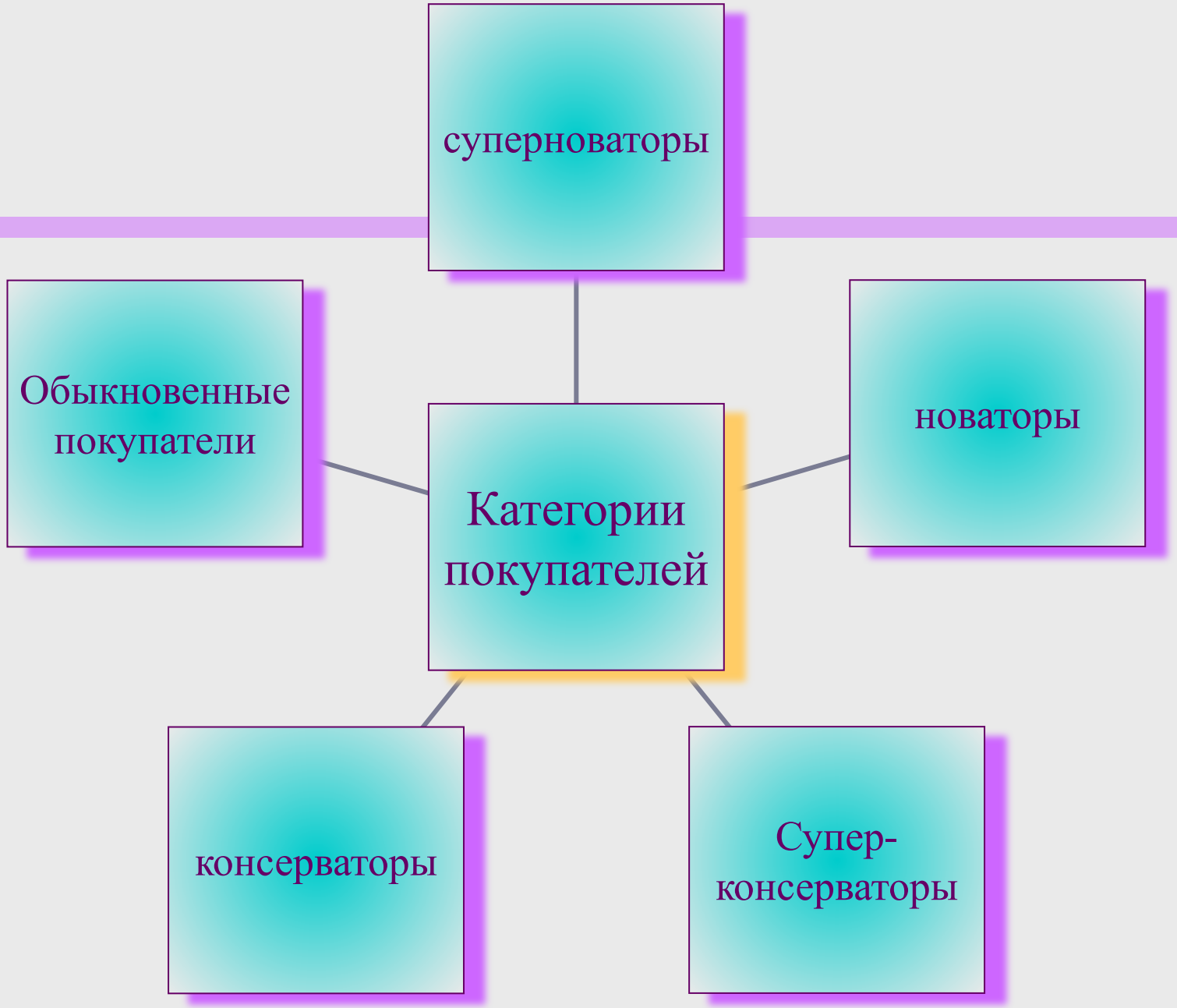
Сегментация – (разделение рынка на отдельные части в зависимости от различных параметров)

Географическая (по региональному признаку с учетом климата, местности и т.п.)

Демографическая (пол, возраст, размер семьи, уровень доходов)

Психографическая (стиль жизни, личные качества Потребителей)

Поведенческая (мотивация покупок и поведение потребителя)


суперноваторы
Обыкновенные покупатели
Категории покупателей
новаторы
консерваторы
Супер-консерваторы

Проникновение на рынок и разработка стратегии сбыта

Принцип «четыре пи»

1. Product (продукт)
2. Price (цена)
3. Place (распространение)
4. Promotion (стимулирование сбыта)

•*Продукт –должен удовлетворять потребности человека как по качеству, так и по внешнему виду.*

Цена на новый товар

«снятие сливок»

«цена проникновения»

- *Распространение – это каналы сбыта, которые выбирает предприниматель*
- *Стимулирование сбыта - реклама*

Реклама – это обращение к потребителям с целью привлечь их внимание к поступившим в продажу товарам и услугам, чтобы поднять на них спрос.

Реклама (по цели)

- **Убеждающая (навязывающая)**
- **напоминающая**
- **информационная**

Виды рекламы
Наружная реклама
Печатная реклама
Упаковка товаров
Выставки-продажи
Бесплатная доставка в почтовые ящики
Радио- и теле-реклама

1995г. Закон РФ «О рекламе»

Реклама <u>не должна:</u>

- обманывать покупателей, чрезмерно преувеличивая достоинства изделий, предлагаемых к продаже;
- Превозносить свойства своего товара, ругая при этом товары конкурентов.

Практикум «Придумываем рекламу»

Памятка составителям рекламы

1. главное в рекламе – простота и доступность изложения;
2. Рекламное объявление должно хорошо запоминаться;
3. Броский заголовок – половина успеха;
4. Текст объявления должен быть составлен грамотно и четко;
5. Реклама не должна быть назойливой, иначе она вызывает раздражение и дает эффект, противоположный тому, что вы ожидали.