Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования

Пермский государственный университет

## KOMIJIEKC MAPKETUHIA

Лекция по дисциплине «МАРКЕТИНГ»

**КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА («marketing-mix»)** — это набор поддающихся контролю переменных факторов маркетинга, совокупность которых фирма использует для создания отличительных преимуществ компании на целевых рынках относительно конкурентов.

## Комплекс маркетинга включает 4 элемента:

4P

#### Tosap (Product)

Это набор «изделий и услуг», которые фирма предлагает целевому рынку.

## Каналы распределения (Place)

Организация структуры товародвижения, благодаря которой товар становится более доступным для потенциальных покупателей.

#### Цена (Price)

Денежная сумма, которую потребители должны уплатить для получения товара.

## Продвижение (Promotion)

Всевозможная деятельность фирмы по распространению сведений о достоинствах своего товара и убеждению целевых потребителей покупать его.

## СОСТАВЛЯЮЩИЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА

#### **TOBAP**

- •Номенклатура товаров
- •Качество
- •Дизайн
- •Характеристики
- •Торговая марка
- •Упаковка
- •Размеры
- •Обслуживание
- •Гарантии
- •Возврат

## КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА

Целевой рынок

#### ЦЕНА

- •Прейскурант
- •Скидки
- •Компенсации
- •Период оплаты
- •Условия кредита

## ПРОДВИЖЕНИЕ

- •Стимулирование сбыта
- •Реклама
- •Служба сбыта
- •Связи с общественностью
- •Прямой маркетинг

#### **MECTO**

- •Каналы распределения
- •Охват рынков
- •Ассортимент
- •Размещение
- •Управление запасами
- •Транспорт

# РАЗЛИЧИЯ В ВОСПРИЯТИИ Слайд 4 ИНСТРУМЕНТОВ МАРКЕТИНГОВОГО КОМПЛЕКСА

Инструмент маркетингового комплекса	Производитель/продавец	Покупатель/потребитель
ТОВАР (материальное благо или услуга)	Предмет или вид деятельности, предназначенный для продажи	Полезность, определяемая нуждой
ЦЕНА	Источник покрытия затрат и получения дохода	Воспринимаемая ценность, определяемая полезностью
РАСПРЕДЕЛЕНИЕ	Система сбыта товаров с привлечением посредников (или без них)	Доступность, определяемая удобствами при покупке
ПРОДВИЖЕНИЕ	Средство стимулирования для увеличения продаж	Информированность, определяемая требованиями быть осведомленным для формирования отношения

## МОДЕЛЬ «7Р»

## Модель «4Р»



## Люди (People)

Контингент, имеющий отношение к процессу купли-продажи;

## Процесс покупки (Process)

То, что связано с деятельностью покупателя по осуществлению выбора товара;

## Физический атрибут (Physical evidence)

Материальный предмет; служит для клиента подтверждением факта оказания услуги.

Кроме этого для расширения списка "Р" обычно используются:

#### Упаковка

(Package)

## Прибыль

(Profit)

## Персонал

(Personnel)

## Окружающая среда

(Physical premises/surround)

## Покупка

(Purchase)

## Связи с

общественностью

(PR, publicity)

## МОДЕЛЬ «4С»

В модели «4С» фокус смещается с продавца на потребителя. Элементами модели являются:

Нужды и потребности покупателя
(Customer needs and wants)

Затраты покупателя (Cost to the customer)

Информационный обмен (Communication)

**Удобство** (Convenience)