

Что меняется в современном бизнесе?

- **Пространство (становится глобальным и виртуальным)**
- **Время (становится сжатым и критичным)**
- **Потребитель (хочет быть со-автором)**
- **Система защиты (патенты не спасают)**
- **Многоуровневая иерархия (мешает гибкости)**
- **Доля услуг (растет)**
- **Продукты (обновляются все быстрее)**
- **Изменения (теряют цикличность)**
- **Решения (нужно принимать в реальном времени)**
- ...

Основные понятия маркетинга

- точное **сегментирование** рынка (может быть, атаковать конкретную «нишу», ниша означает более точный учет индивидуальных потребностей и желаний потребителей, поэтому в нишу труднее залезть, но и выбить оттуда тоже труднее),
- затем **дифференциация** (в частности, «отстройка» от конкурентов),
- и, наконец, **позиционирование** (оно происходит в мозгу пользователя и является венцом всех усилий).

Маркетолог — это...

- **Большое безъязыкое ухо**
- **Большой доброжелательный глаз**
- **И чуткий нос.**

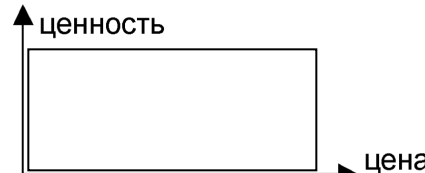
Говорить можно и на автопилоте (для этого и нужна база заготовок и опыт), надо больше слушать, улавливая мельчайшие оттенки проблем и взаимоотношений.

Концепция потребительской ценности

Уникальна потребность,
а не способ ее удовлетворения.

ХВКЦ = хорошо воспринимаемая клиентом
ценность.

**Ценность – это оценка потребителем
способности товара или услуги
удовлетворить его потребности или
желания.**



**Исторически ориентация была на:
производство, потом на продажи, затем – на рынок.**

Цены и ценности



УКП

Важное понятие – **«уникальное конкурентное преимущество» (УКП)**.
Конкурентов, надо знать – чтобы выявить свои преимущества (в сравнении с конкурентами с точки зрения данного конкретного клиента!!) и отретушировать свои слабости.

Понятие клиента

Понятие клиент само претерпевает изменения, становится многоэлементным.

Многообразие понятий:

- **Клиент** (тот, кто платит – например, генеральный директор),
- **Группа клиента** (высшие и средние менеджеры – те, кто готовят проект решения и влияют на его принятие)
- **Потребитель** (те же станочники)
- **End users** (это люди, которые используют продукцию, выпускаемую предприятием-клиентом).

Должны быть люди, «мониторящие» разные уровни и влияющие на них.

Клиентский «бутерброд»

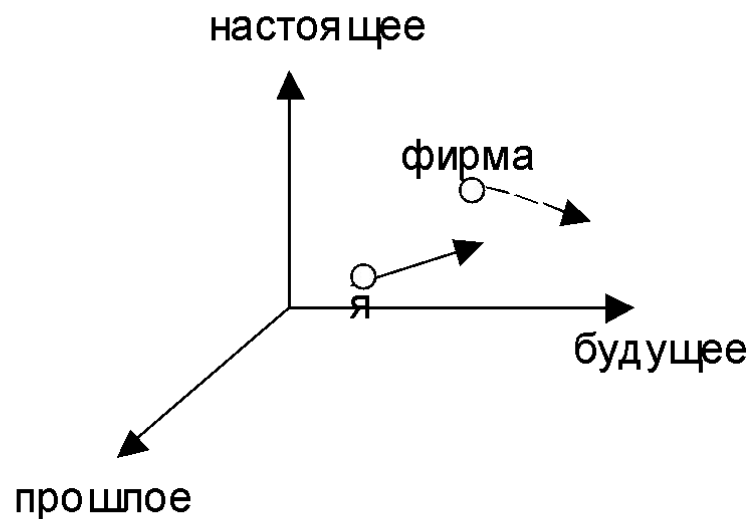
Первое лицо клиента	↔	Ваше первое лицо
Финансовый директор клиента	↔	Руководитель проекта
Технический директор клиента	↔	Главный эксперт
Консультант	↔	Руководитель проекта
Исполнители	↔	Служба поддержки

Коктейль и гипотезы

Продается коктейль:

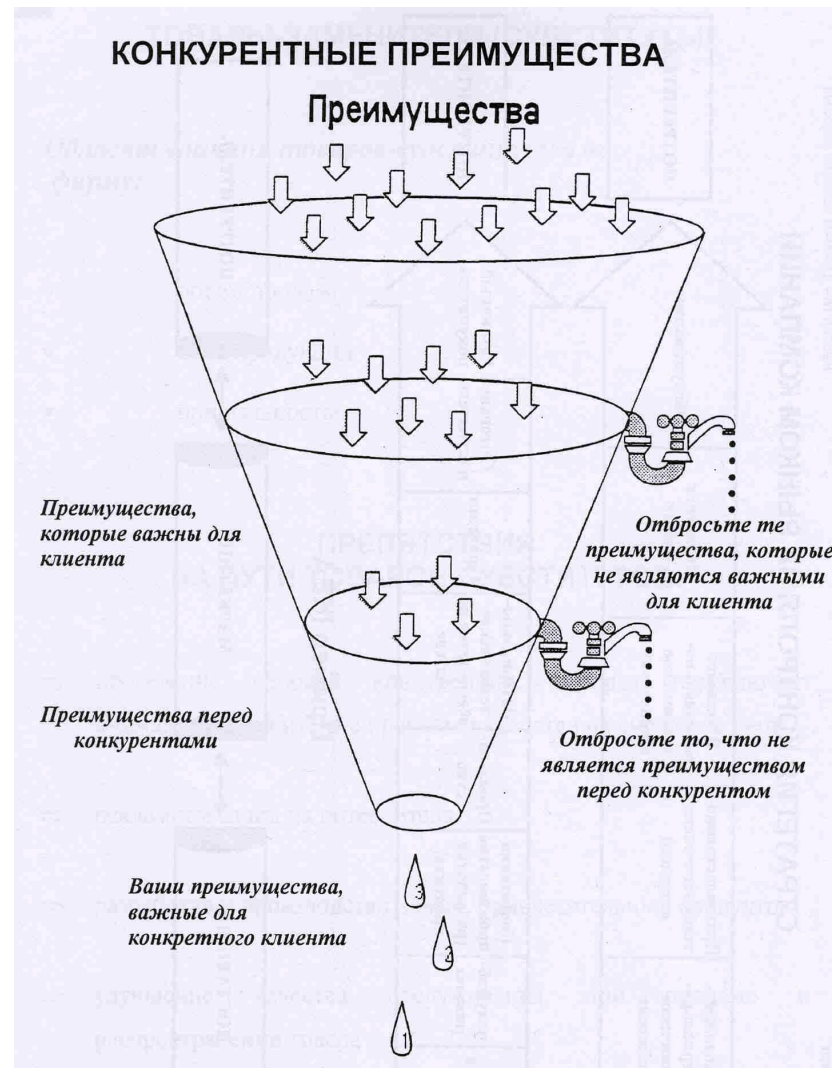
- Результаты,
- Угрозы
- Надежды

Гипотеза – не закон Ома. Не надо быть рабом своих гипотез. Они должны быть четко обозначены, их надо регулярно проверять.



Конкурентные преимущества

- **Преимущества продуктов компании.**
- **Преимущества продуктов компании, важные для клиента**
- **Преимущества продуктов компании, важные для клиента и отсутствующие у конкурента**



Чего мы ждем друг от друга?

<u>Мы</u>	<u>Клиент</u>
Внимание	Вопросы
Идеи	Деньги
Напоминания	Жалобы
Новинки	Запросы
Опросы	Идеи
Ответы	Информация о вас, конкурентах и т.п.
Подарки	Информация о ситуациях использования
Поздравления	Мнения
Помощь	Обиды
Предложения	Ощущения
Проблемы	Пожелания
Решение проблем	Проблемы
Связи	Связи
Советы	Слухи
Товары	Советы
Услуги	Эмоции
Эмоции	...
Тесты	Есть еще невыявленные потребности и желания (целый склад возможностей)
....	