

- **РОЛЬ МАРКЕТИНГА В**
- **УПРАВЛЕНИИ КОМПАНИЕЙ**

**Стратегический план развития  
фирмы**

Маркетинговое  
подразделение

Конкурентн  
ая среда



Процессы управления маркетингом в организации

## **Процесс управления маркетингом**

**Включает:**

- анализ рыночных возможностей;**
- отбор целевых рынков;**
- разработку маркетингового комплекса (маркетинга микс);**
- осуществление маркетинговых мероприятий.**

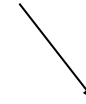
# Маркетинг микс

**Товар**

**Продвижение**

**Цена**

**Распространение**



**Ассортимент  
товаров**

**Реклама**

**Цена по  
прейскуранту**

**Каналы сбыта**

**Качество**

**Персональная  
продажа**

**Скидки**

**Охват рынка**

**Дизайн**

**Стимулирование  
сбыта**

**Срок платежа**

**Ассортимент**

**Свойства**

**Связи с  
обществен-  
ностью**

**Условия  
кредита**

**Местоположение**

**Торговая марка**

**Складские запасы**

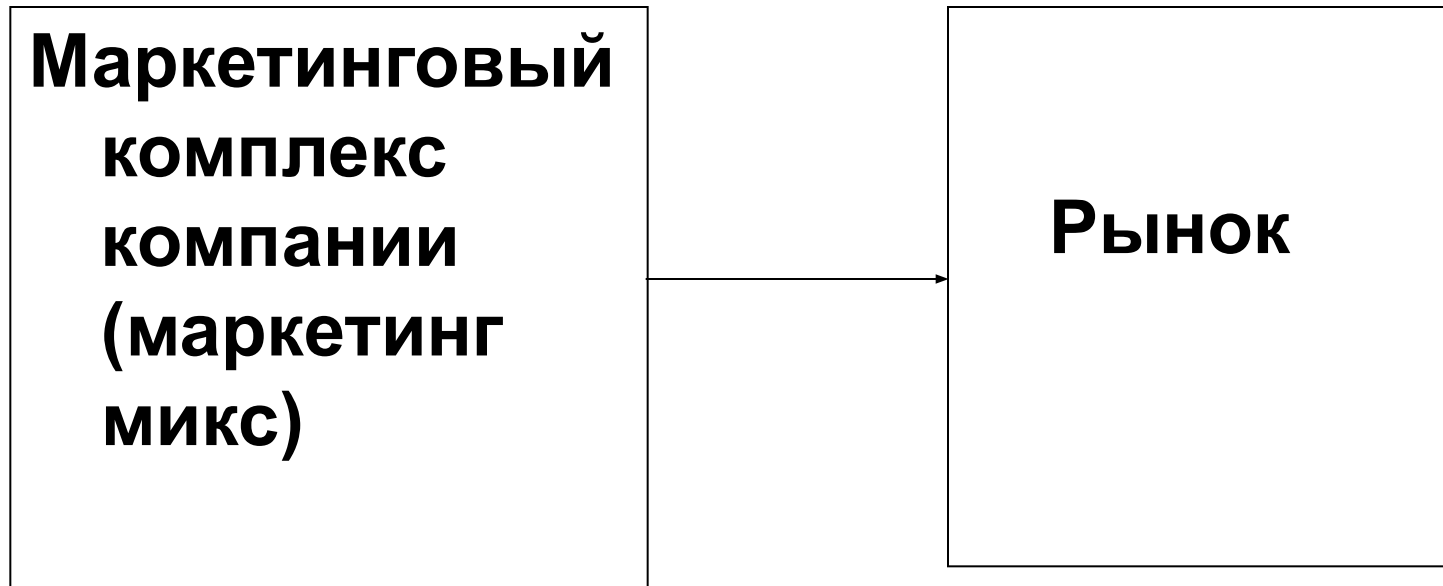
**Упаковка**

**Транспортировка**

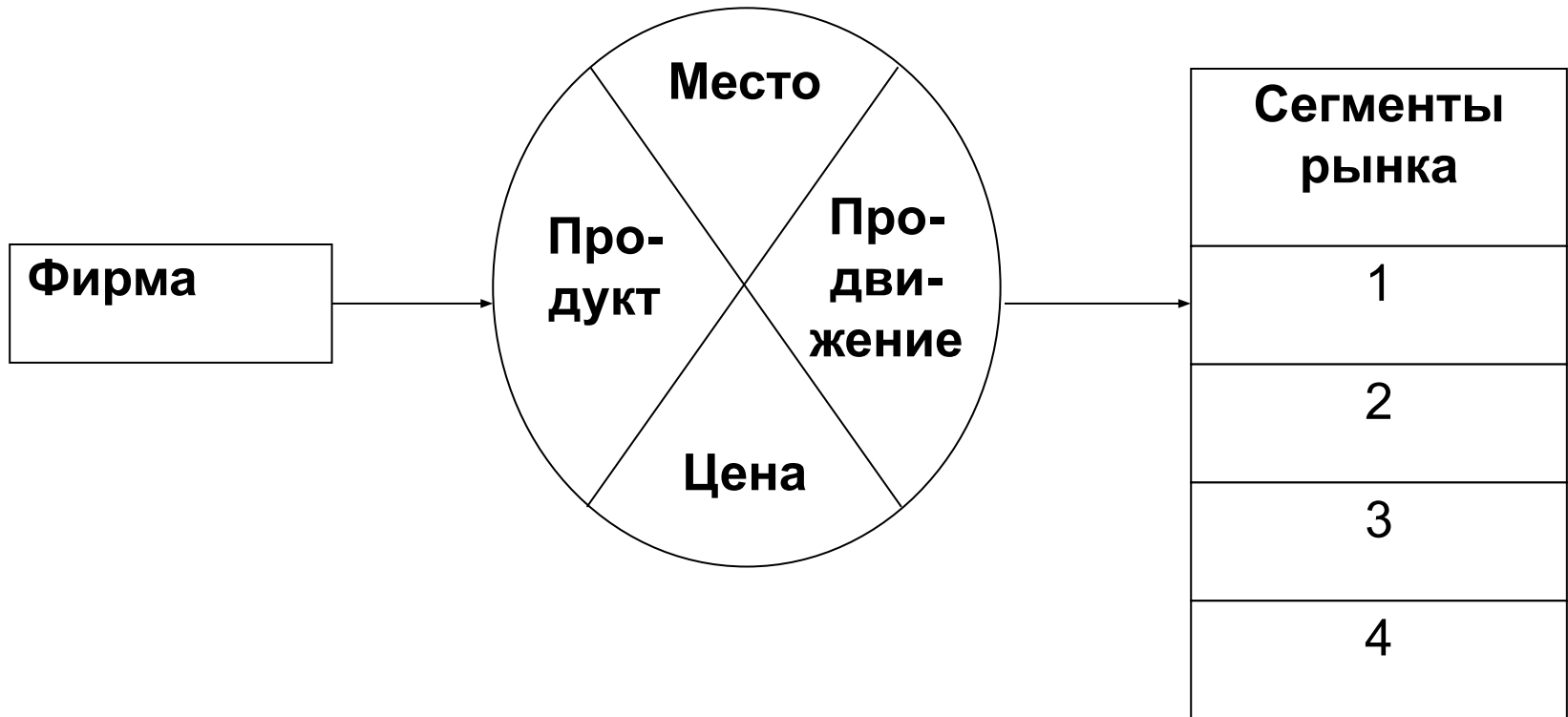
**Сервис**

**Гарантии**

# НЕДИФФЕРЕНЦИРОВАННЫЙ МАРКЕТИНГ



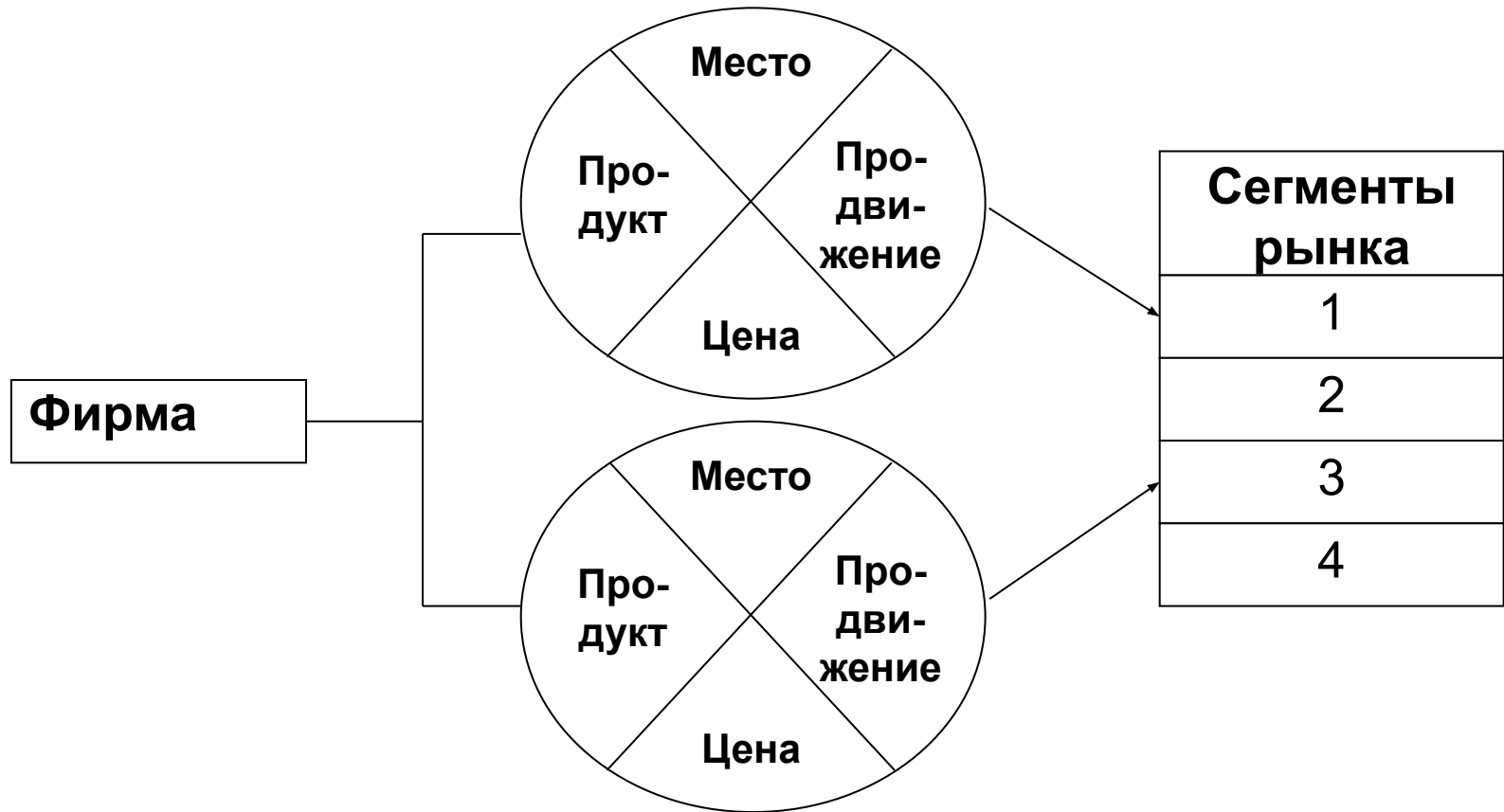
# ДИФФЕРЕНЦИРОВАННЫЙ МАРКЕТИНГ (Единичный подход)



Применение единичного подхода для выбора сегмента 1 в качестве целевого рынка

# ДИФФЕРЕНЦИРОВАННЫЙ МАРКЕТИНГ

(Множественный подход)



Применение множественного подхода для выбора сегментов 1 и 3 в качестве целевого рынка

**Маркетинговая среда – это совокупность действующих за пределами компании субъектов и сил, которые влияют на развитие и поддержание службами маркетинга выгодных взаимоотношений с целевыми клиентами.**

**Макросреда включает влияние политических, экономических, социальных и технологических факторов; ее анализ называют ПЭСТ-анализом.**

**Микросреда уникальна для каждой компании и включает поставщиков, конкурентов, посредников и контактные аудитории.**



**Микросреда включает факторы, тесно связанные с компанией и воздействующие на ее способность обслуживать клиентов.**

Постав-  
щики

Компания

Конкуренты

Маркетин-  
говые  
посредники

Клиенты

Контактные аудитории

**Макросреда включает главные внешние факторы,  
оказывающие влияние на микросреду в целом:**

**демографические, экономические, экологические,  
технологические, политические и культурные**

