

Маркетинг

Маркетинг

МАРКЕТИНГ



Функции маркетинга

- Всякая деятельность должна быть направлена на достижение конечного успеха.
- В каждом деле существует определенная плановая перспектива.
- В любом деле необходимо применять стратегию и тактику рыночного поведения.
- Научность.
- Систематически заниматься бизнесом.
- Инновации.
- Потребитель всегда прав.
- Нет сервиса, нет успеха.
- Конкуренты.

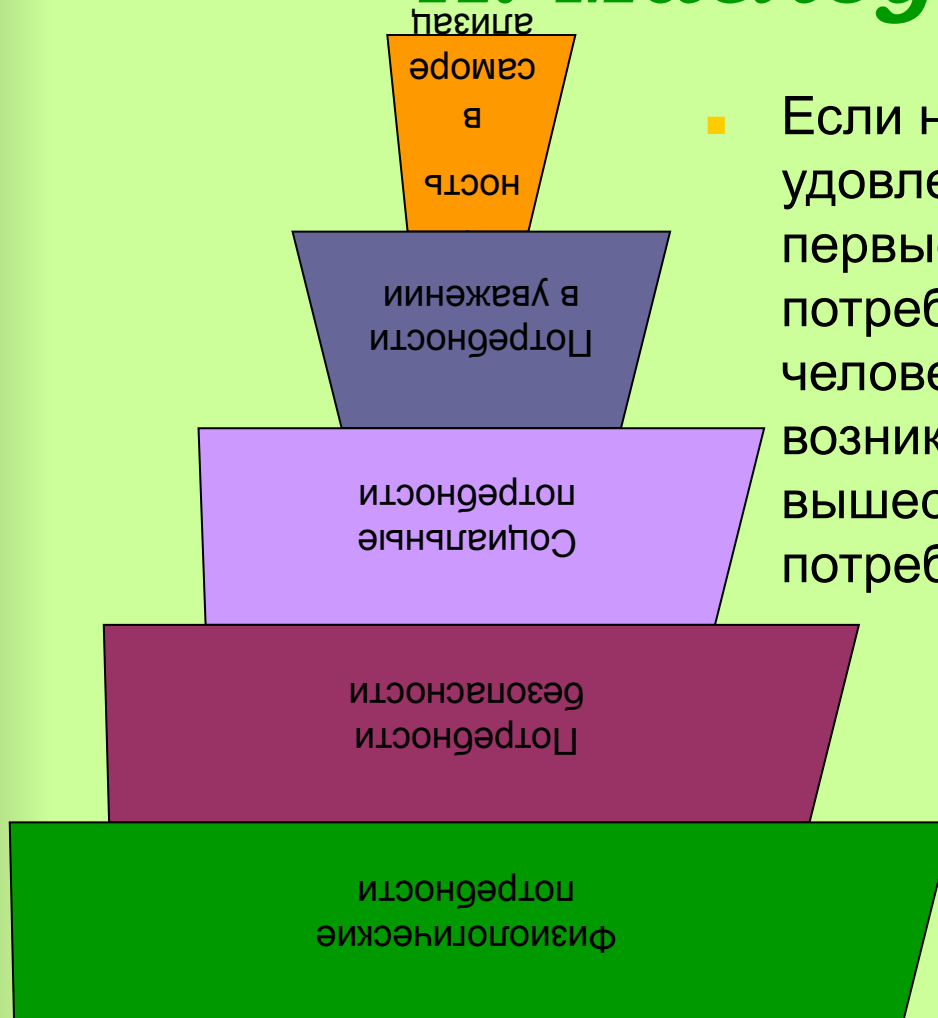


Сегментация рынка



- Сегментация – процесс деления рынка на части, группы, которые обладают одинаковой потребительской реакцией на те или иные побудительные мотивы. Сегментация осуществляется на основе признаков. Признаки подразделяются на: **географический, демографический, экономический, психографический, поведенческий.**

Потребности по А. Маслоу



- Если на 50% не удовлетворены первые 2 потребности, то у человека не возникнет вышестоящих потребностей.



Модель покупательского поведения

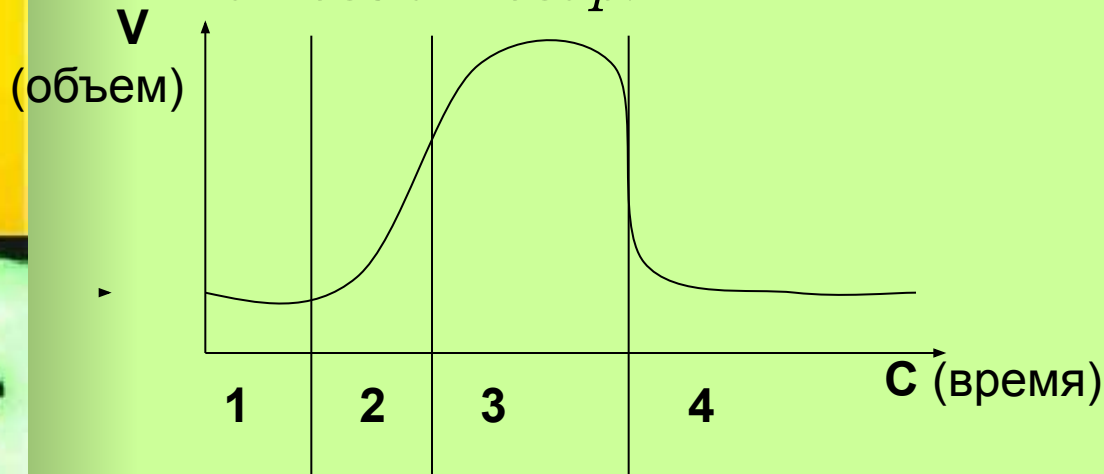
■ *Этапы:*

- 1. осознание необходимости покупки;*
- 2. поиск информации в СМИ;*
- 3. оценка информации ;*
- 4. решение о покупке;*
- 5. покупка товара;*
- 6. поведение покупателя после совершения покупки.*



Жизненный цикл товара

ЖЦТ – это период времени, в течение которого товар находится на рынке с момента появления товара до замены его на новый товар.



4 этапа жизненного цикла:

- 1 – этап внедрения товара на рынок;
- 2 – этап роста товара;
- 3 – этап зрелости товара;
- 4 – этап спада (старения) товара.