

"PR как часть маркетинговой системы»

Авторский мастер-класс
Смотрич Ж.А.

Что такое маркетинг?

- Маркетинг — это деятельность, способствующая получению предприятием прибыли за счет лучшего, чем у конкурентов, удовлетворения потребностей потребителей.

Маркетинг 1.0



Эпоха
товароцентризма
(product-centric era)

«Каждый клиент
может заказать
машину любого
цвета, который ему
нравится, при
условии, что этот
цвет чёрный»

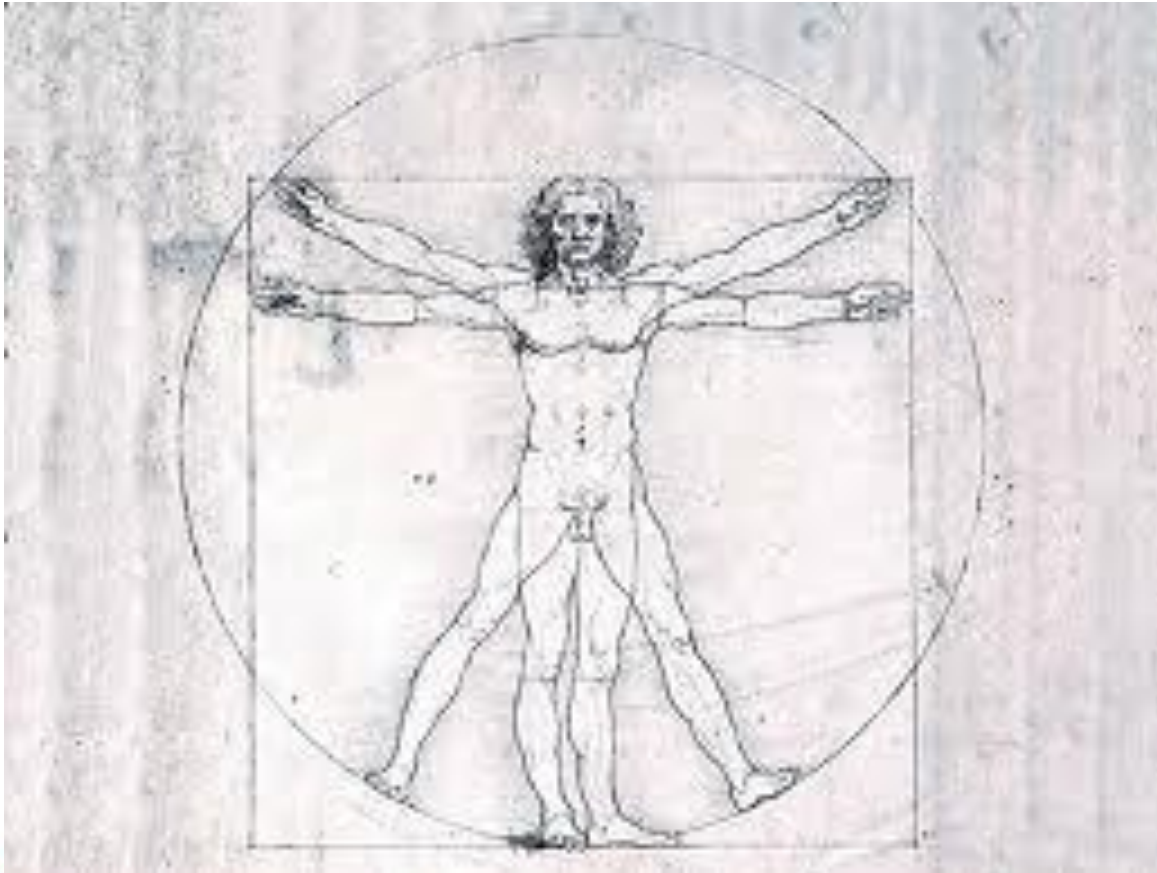
Генри Форд

Маркетинг 2.0



Эпоха
клиентоцентризма
(customer-centric era)
Задачей маркетологов
становится поиск
неудовлетворённых
нужд и желаний
потребителей,
которые позволяют
заработать.

Маркетинг 3.0



Эпоха человеческого маркетинга (human-centric era).
Маркетинга, который обращается с потребителями как с людьми, которые имеют активную жизненную позицию, к чему-то стремятся и хотят творить. Это потребует большего участия потребителей в создании стоимости (value creation).

И такая версия

- ▣ **WEB 0.0** - юзер мечтает законектиться с кем или чем либо
- WEB 1.0** - юзер получает контент
- WEB 2.0** - юзер создаёт контент
- WEB 3.0** - коллективное создание контента
- WEB 4.0** - контент думает за юзера
- WEB 5.0** - контент общается с контентом
- WEB 6.66**- контент удаляет юзеров, поняв что они бессмысленны
- WEB 7.0** - весь контент самоуничтожается, поняв что он бессмыслен...

Эпоха участия



«Мы перешли от информационной эпохи к эпохе участия» Скотт Мак-Нили (Scott McNealy), глава Sun Microsystems

Превращение потребителей в «участвующих потребителей» (participative customers)

Люди как потребляют новости, идеи и развлечения, так и создают их.

Маркетинговая деятельность предприятия(еще недавно)

Шаг 1: Маркетинговые исследования

Вы узнаете у потребителей, в каких именно видах товаров или услуг они испытывают необходимость



Шаг 2: Разработка комплекса маркетинга

Вы разрабатываете товары либо услуги именно с теми характеристиками, которые необходимы потребителю (сообразуясь с профилем предприятия). Вы продаете товар/услугу именно в том месте, где ее удобно покупать потребителю и по той цене, которая устраивает и его, и Вас. Вы рекламируете товар там, где рекламу увидит ваш потребитель, и таким образом, чтобы она ему понравилась.



Шаг 3: Результат

Вы получаете прибыль от продажи своего товара/услуги и благодарность потребителя, а потребитель получает именно тот продукт, который был ему необходим

Революция уже происходит

Определение миссии предприятия

- ▣ **Видение** – представление об окружающей действительности – настоящей или будущей. Формирование видения – одна из главных обязанностей руководителя организации.
- ▣ **Миссия** — это краткое выражение основной цели предприятия, четко сформулированная причина его существования.

Так какой должна быть миссия?

- Миссия предприятия служит своеобразным маяком.
- Наиболее удачным считается заявление о миссии, отражающее идеальное представление, «неосуществимую мечту», задающее направление развития предприятия на ближайшие десятилетия.

Итог: Миссия компании

Миссия необходима:

- ▣ **Сотрудникам — чтобы работать не только за зарплату, но и «за идею»;**
- ▣ **Руководителям — для облегчения управления сотрудниками;**
- ▣ **Клиентам — чтобы четче осознать внимание предприятия к их потребностям.**

Задача

Необходимо создать текст для главной страницы
Вашего сайта, в котором концентрированно
формулируется миссия Вашей компании

Бренд компании

- ▣ **Бренд** - сумма всего, что люди знают, думают, чувствуют о вашей компании, услуге или товаре.

«Продукция создается на фабриках. Бренды создаются в умах». (Уолтер Ландор).

- ▣ Бренд должен отвечать следующим ключевым критериям: быть уникальным, предлагать востребованные ценности, быть последовательным.

Задачи бренда



От рынков преобладающего спроса мы перешли к рынкам преобладающего предложения.

Бренды сегодня должны делать гораздо больше – учить развлекать и вдохновлять.

Власть фундаментальным образом перешла из рук компании к потребителю.

Новое определение маркетинга



Positioning-Differentiation-Brand Triangle

Идентичность бренда

- Суть идентичности бренда (Brand Identity) – в позиционировании Вашего бренда в умах потребителей. Позиционирование должно быть уникальным, таким, чтобы Ваш бренд слышали, чтобы его заметили на рынке, где царит суматоха. Бренд также должен соответствовать рациональным потребностям и нуждам потребителей.

Образ брена

- Смысл образа бренда (Brand Image) – в запоминаемости торговой марки (mind share). Ценности вашего бренда должны апеллировать к эмоциональным нуждам и потребностям потребителя, которые простираются далеко за рамки функциональности и физических характеристик вашего товара.

Целостность бренда

- Целостность бренда (Brand Integrity) – это способность выполнять то, что обещает бренд с помощью позиционирования и создание ценности бренда с помощью чёткой дифференциации. Суть в том чтобы быть верным своим обещаниями и формировать у потребителей доверие к Вашему бренду. Целью целостности бренда является душа потребителей.

Кейс

“Yellow Pages Ukraine”

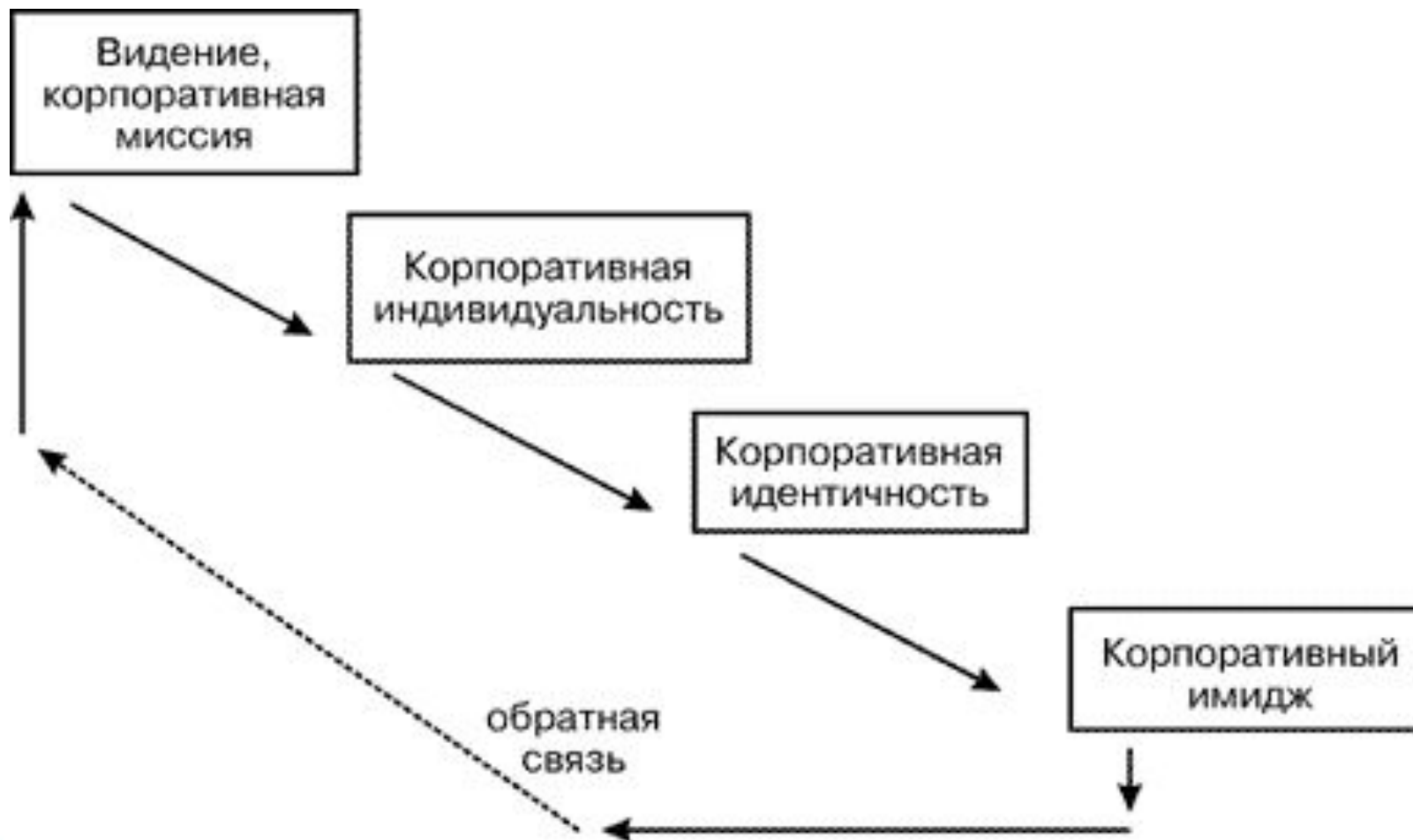
SWOT-анализ

- ▣ **SWOT-анализ** — это определение сильных и слабых сторон, а также возможностей и угроз, исходящих из его ближайшего окружения (внешней среды).
- ▣ **Сильные стороны (Strengths)** — преимущества вашего издания;
- ▣ **Слабости (Weaknesses)** — недостатки вашего издания;
- ▣ **Возможности (Opportunities)** — факторы внешней среды, использование которых создаст преимущества для Вашего издания;
- ▣ **Угрозы (Threats)** — факторы, которые могут потенциально ухудшить положение Вашего издания.

Составляющие корпоративного имиджа.

- ▣ **Корпоративная индивидуальность** – ценности, суждения и нормы поведения, разделяемые в компании и определяющие сущность индивидуальной корпоративной культуры.
- ▣ **Корпоративная идентичность** – это то, что организация сообщает о себе, о своей индивидуальности.
- ▣ **Корпоративный имидж** – это восприятие организации группами общественности.

От миссии к корпоративному имиджу.



Контролируемые и неконтролируемые коммуникации.

Контролируемые коммуникации

- Наша реклама
- Наши мероприятия по продвижению продукции
- Наши мероприятия PR
- Наш прямой маркетинг
- Дизайн упаковки нашего товара
- Наши торговые презентации
- Наш послепродажный сервис
- Наши сайты в INTERNET

Неконтролируемые коммуникации

- Реклама конкурентов
- Продвижение своей продукции конкурентами
- Размещение нашего товара на прилавках розничных магазинов
- Оценки нашего товара в СМИ и INTERNET
- Мнения и комментарии потребителей
- Благоприятные и неблагоприятные отзывы
- Потребительский опыт использования товара
- Обслуживание потребителей в момент совершения покупки

Реклама

□ *реклама* - распространение коммерчески важных сведений о товаре (услуге), формирование общественной потребности в товаре (услуге), разработка и поддержание благоприятного образа фирмы (товара). В данном случае имеется в виду реклама на телевидении, радио в прессе, в Интернет, а так же наружная реклама.

Sales promotion

- ▣ *sales promotion* - побуждение к совершению покупок, стимулирование работы различных сетей. Sales promotion включает в себя такие мероприятия, как:
 - 1) мерчандайзинг - оформление места продажи;
 - 2) упаковка, этикетка, ярлык;
 - 3) покупка с подарком;
 - 4) покупка со скидкой по купонам;
 - 5) фирменные сувениры;
 - 6) соревнования, игры, розыгрыши, лотереи, конкурсы, викторины;
 - 7) демонстрация товара;
 - 8) дегустация товара;
 - 9) сэмплинг - предложение образцов товара и др.

PR

- Обобщенное: «Паблик рилейшнз — это управленческая деятельность, направленная на установление взаимовыгодных, гармоничных отношений между организацией и общественностью, от которой зависит успех функционирования этой организации».
- Если рассматривать PR как функцию управления в организации, то можно дать такое определение PR: PR — это управление коммуникациями организации с ее целевой аудиторией, с целью наладить устойчивые связи, доверие и **взаимопонимание.**

Определение PR

- Лаконичное: «PR — это формирование общественного мнения о товаре, человеке, компании, событии», «PR-информировать, образовывать, вызывать доверие».
- PR — это искусство и наука достижения гармонии с внешним окружением посредством взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности (Сэм Блэк, в своей книге «[Что такое PR?](#)»^[1])

Определение PR

- Циничное: «PR — это искусство формирования благоприятного отношения общественности к фирме путем создания представления о том, что фирма выпускает и продает товар только в интересах покупателя, а не ради получения прибыли».

Определение PR

- Однако наилучшим и наиболее адекватным современной практике считается определение, предложенное профессорами Лоуренсом В. Лонги и Винсентом Хазелтоном. Они описывают связи с общественностью как «коммуникативную функцию управления, посредством которой организации адаптируются к окружающей их среде, меняют (или же сохраняют) её во имя достижения своих организационных целей».

Direct marketing

- ▣ *direct marketing* - установление долгосрочных двухсторонних коммуникаций между производителем и потребителем с помощью:
- ▣ 1) директ мейл - почтовая рассылка;
- ▣ 2) каталожной рекламы;
- ▣ 3) телемаркетинга - реклама по телефону;
- ▣ 4) специализированных изданий;
- ▣ 5) клубов по интересам и др.

Инновационные маркетинговые технологии

Инновационные маркетинговые технологии:

- Мобильный маркетинг-совокупность мероприятий, связанных с продвижением товаров и услуг на основе использования средств мобильной связи. (SMS, создание рекламных интерактивных контент-проектов, в которых может использоваться открытая и скрытая реклама (мобильные игры, сетевые проекты с SMSсервисами), и даже рассылки по Bluetooth)
- Социальные сети(Мойкруг.ru)
- Вирусный маркетинг
- Партизанский маркетинг(Шустов,1864)

Цифровые коммуникации.



Авторский мастер-класс «Смотрича Ж.А.»

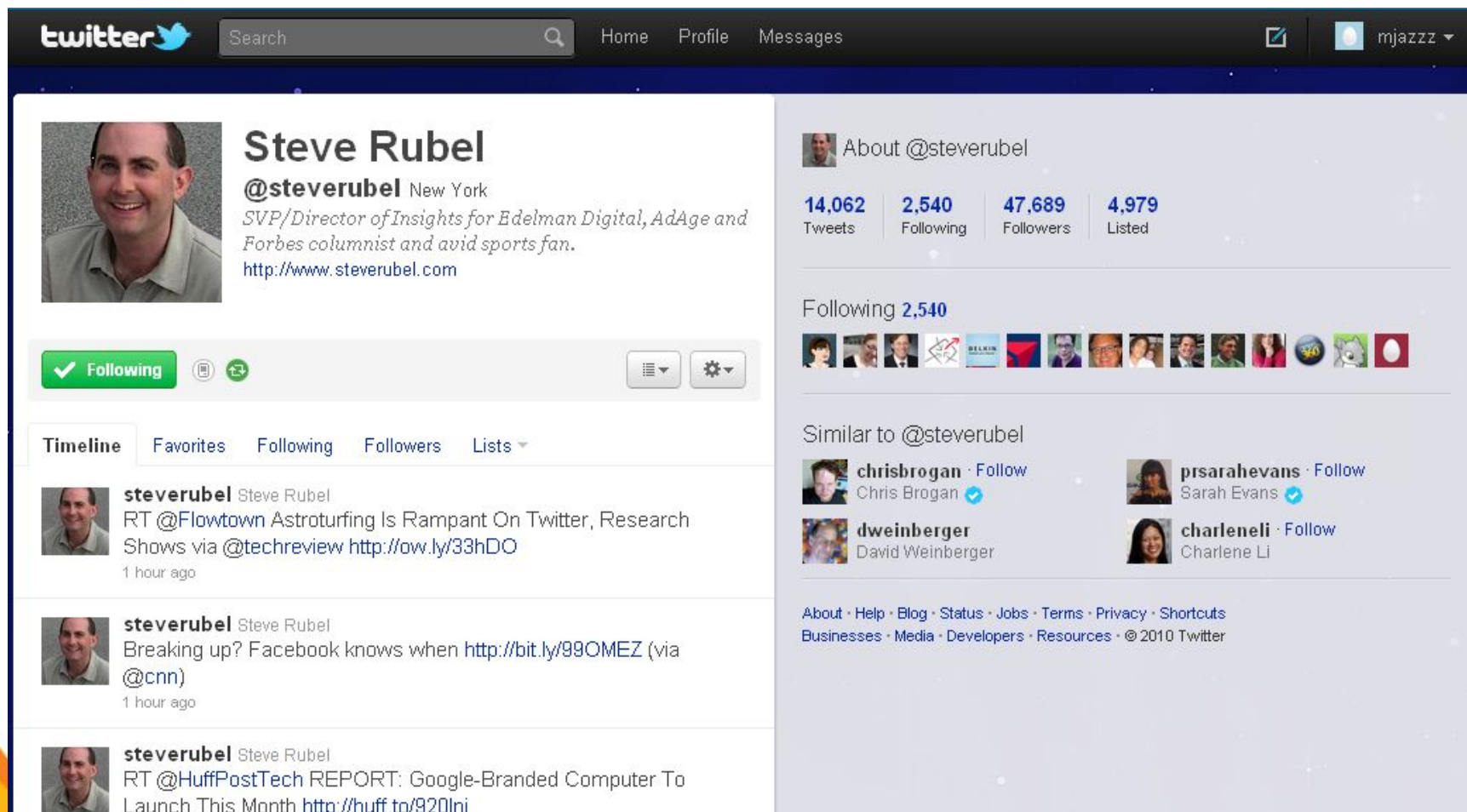




Так теперь выглядит журнал...



Блоги- персональная журналистика



twitter Search Home Profile Messages mjazz

Steve Rubel
@steverubel New York
SVP/Director of Insights for Edelman Digital, AdAge and Forbes columnist and avid sports fan.
<http://www.steverubel.com>

Following

Timeline Favorites Following Followers Lists

steverubel Steve Rubel
RT @Flowtown Astrourfing Is Rampant On Twitter, Research Shows via @techreview <http://ow.ly/33hDO>
1 hour ago

steverubel Steve Rubel
Breaking up? Facebook knows when <http://bit.ly/99OMEZ> (via @cnn)
1 hour ago

steverubel Steve Rubel
RT @HuffPostTech REPORT: Google-Branded Computer To Launch This Month <http://huff.to/920lni>

About @steverubel

14,062 Tweets 2,540 Following 47,689 Followers 4,979 Listed

Following 2,540

Similar to @steverubel

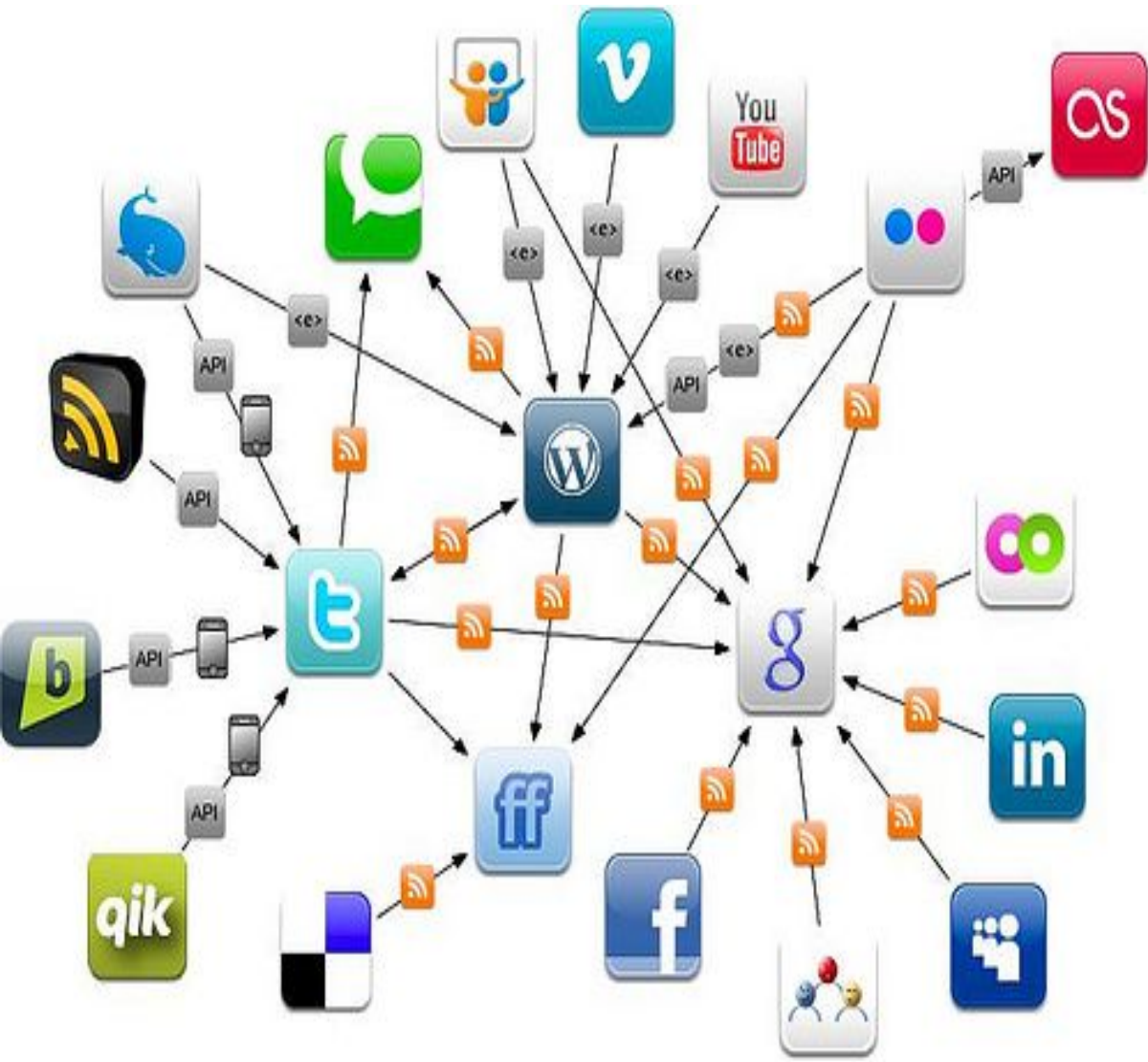
chrisbrogan · Follow
Chris Brogan

psarahevans · Follow
Sarah Evans

dweinberger
David Weinberger

charleneli · Follow
Charlene Li

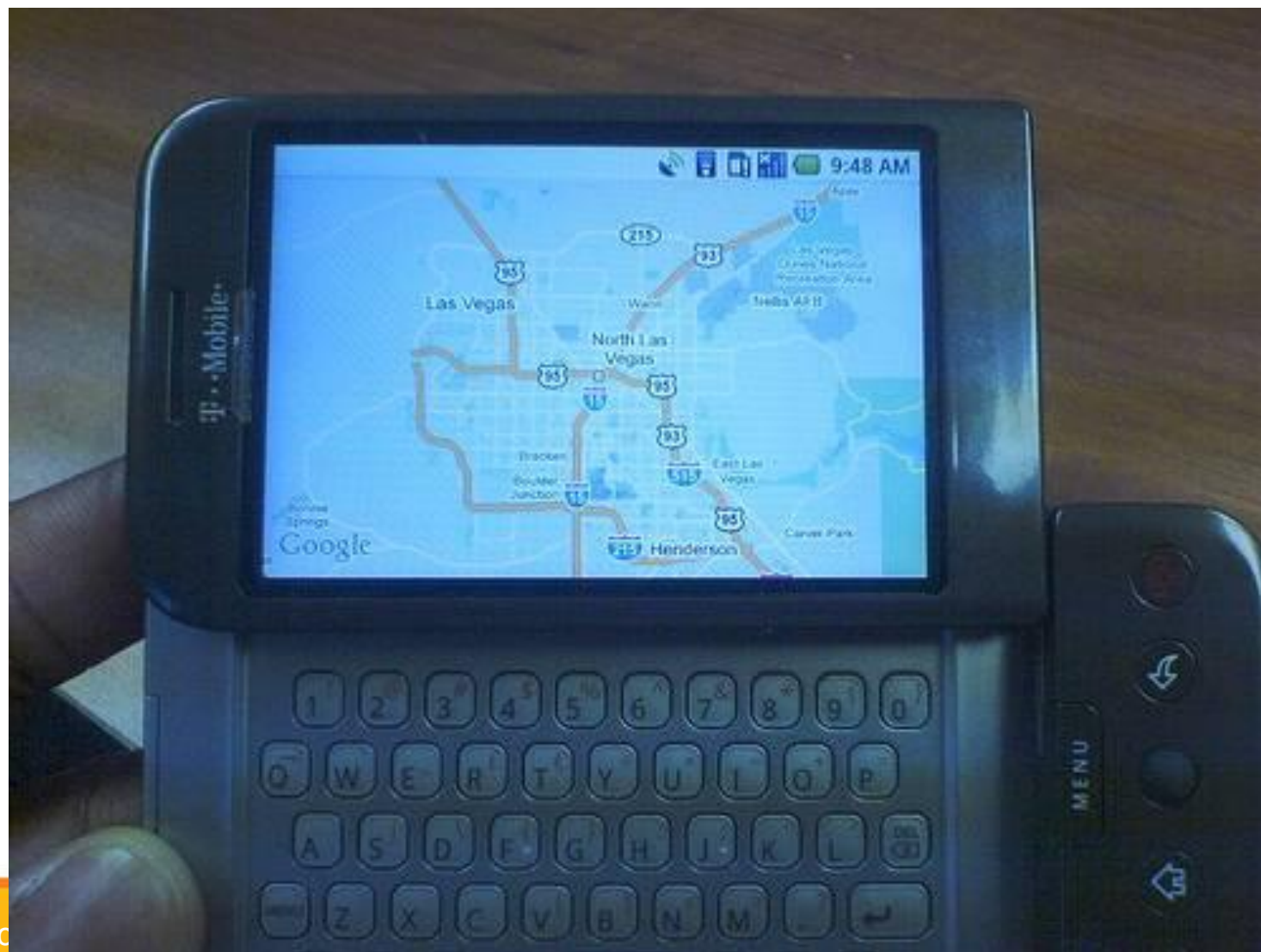
About · Help · Blog · Status · Jobs · Terms · Privacy · Shortcuts
Businesses · Media · Developers · Resources · © 2010 Twitter



Коммуникаци и в социальных сетях Медиа: Connecting People



Мобильные коммуникации



Коммуникации через профессиональные сообщества онлайн.



Профессиональные сообщества

Сообщество, созданное вокруг продукта самое ценное, что у него может быть.

За эту аудиторию не надо бороться с помощью рекламы, ее лояльность не надо покупать дисконтными карточками.

Медиа превращаются в оболочку, питательную среду для той активности, которую пользователи ведут внутри...

«Портативный» контент

Модульная структура сообщений, сокращение их длины.

Ключевые слова: потоковое видео, интервал внимания, Iphone, мобильность.

Видео и мобильные сервисы онлайн заставляют потребителя занимать активную позицию: искать, кликать, сохранять, «лайкать» и «шерить» 😊



Коммуникации с использованием Дополненной реальности.

УВАГА!
ВПЕРШЕ В УКРАЇНІ! АЛЬТЕРНАТИВНА РЕАЛЬНОСТІ!

<http://blog.lge.ua>

1

Завітайте на сайт:
<http://liveborderless.lge.ua>



2

Активуйте Вашу
web-камеру



3

Піднесіть сторінку
до web-камери



4

Вийдіть
за межі реальності!

Вирусные коммуникации

- Кейс «Смертельный номер...»

Разработка идеи обращения

- Как донести ключевое обращение до Вашей целевой аудитории с максимальной эффективностью?

Реализация

- Планирование, организация, мотивация, контроль.

Оценка эффективности

- Опрашиваем вашу аудиторию и оцениваем достигнутые результаты.

Спасибо за внимание.