

Основные задачи маркетинга

1.
выявление
потребностей

2.
Удовлетворение
потребностей

3.
Возобновление
потребностей

Примерные этапы совершения покупок.

1. Составление списков необходимых товаров

2. Составленный список привязывают к соответствующим магазинам

3. Сбор информации. Мы узнаем о возможных вариантах, качестве товаров.

4. Момент совершения покупки

5. Оценка приобретенного товара или услуг.

Потребительский портрет вещи

1. Практичность – надежность в использовании, полезность, соответствие назначению

2. Удобство – уют, комфорт.

3. Красота – хорошая одежда, приятное оформление.

4. Оригинальность – нестандартность, своеобразие, соответствие индивидуальным вкусам.

5. Общность – соответствие другим вещам, способность вписаться в интерьер жилища, стать составляющей набора

6. Ценность – свойство вещи сохранять и даже увеличивать свою потребительскую стоимость.

7.

Модность

Цель массовой рекламы



1. Получение известности самой компании;
2. Представление нового товара;
3. Создание определенного имиджа компании и её продукции.

1. Охвати как можно больше территории.
Стремление угадать покупателей всех регионов с учетом всех климатических и сезонных особенностей.

4. Наличие юридического адреса, красочность и содержательность оформления.

Основные требования к массовой рекламе.

2. Объективность и разность информации.

3. Привлечение внимания людей различного образа жизни, разных привычек и вкусов.