



Слагаемые успеха в бизнесе





Основы маркетинга

Маркетинг — деятельность, направленная на формирование и удовлетворение потребностей человека путем обмена.

Функции маркетинга:

- изучает, формирует и стимулирует спрос;
- ориентирует производство на удовлетворение существующего и потенциального спроса



Главная формула маркетинга

***«Производить то, что можно
продать, а не пытаться
продать то, что можно
произвести»***

Принципы маркетинга:

- 1) *изучение рынка.*
- 2) *проникновение на рынок и разработка стратегии сбыта.*
- 3) *воздействие на рынок.*

1. Изучение рынка— отправная точка любых маркетинговых действий.

Предприниматель должен выяснить:

- нужен ли этот товар потребителю;
- есть ли он вообще на рынке, по какой цене продается;
- сколько конкурентов его производят и насколько они сильны.



Основы маркетинга

Метод изучения – сегментация рынка:

1. **Географическая** (климат, местность, природные ресурсы, плотность населения, наличия городов и сел)
2. **Демографическая** (пол, возраст, размер семьи, уровень доходов, род занятий)
3. **Психографическая** (как стиль жизни, личные качества потребителей, их реакция на тот или иной товар)
4. **Поведенческая:** категории покупателей :

Суперноваторы

- **высокий доход, живут в городах**
- **охотно покупают новые товары**

Новаторы

- **состоятельные люди**
- **с меньшей склонностью к риску**

Обыкновенные

- **живут в сельской местности**
- **стараяются не рисковать**

Консерваторы

- **не одобряют суперноваторов и новаторов, охотно подражают обыкновенным.**
- **пожилые люди, лица с невысоким доходом и непрестижной работой**

Основы маркетинга

2. ПРОНИКНОВЕНИЕ НА РЫНОК И РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ СБЫТА – (САМЫЙ ВАЖНЫЙ)

ЭТО ПРИНЦИП «ЧЕТЫРЕХ ПИ»:

ПРОДУКТ	- product
ЦЕНА	-price
МЕСТО СБЫТА	- place
СТИМУЛИРОВАНИЕ	-promotion.

ЦЕНА ДОЛЖНА УЧИТЫВАТЬ ЗАТРАТЫ НА ПРОИЗВОДСТВО , ПРИБЫЛЬ , А ТАКЖЕ УЧИТЫВАТЬ СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ.

Методы установление цен:



Метод «снятия сливок»

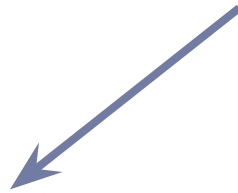
(установление высокой цены на технически сложную наукоемкую продукцию)

Метод «цена проникновения»

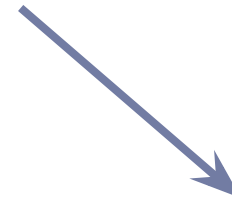
(предусматривает первоначально низкую цену, чтобы завоевать рынок, а потом ее повышение. Низкие цены отпугнут потенциальных конкурентов и привлекут потребителей)



❖ **распространение (place)- каналы
сбыта.**



**через
посредников
(начинающие
предприниматели
)**



**Имеют свою
систему сбыта
(крупные
корпорации)**

Реклама – это обращение к потребителям с целью привлечь их внимание к поступившим в продажу товарам и услугам, чтобы поднять на них спрос.





❖ стимулирование сбыта (promotion) связано с рекламой, но отношение к рекламе неоднозначно:



- 1. Реклама манипулирует потребителем,**
- 2. Часто основана на недостоверных сведениях**
- 3. Удорожает стоимость товара**
- 4. Принуждает покупателей платить высокую цену за низкосортный товар.**



- 1. Реклама дает полезную информацию о продукте и его цене**
- 2. Помогает потребителю сделать рациональный выбор**
- 3. Способствует продвижению новых товаров**

1995г. Закон РФ «О рекламе»

Реклама не должна:

- Обманывать покупателей, чрезмерно преувеличивая достоинства изделий, предлагаемых к продаже;
- Превозносить свойства своего товара, ругая при этом товары конкурентов.

Творческая работа «Придумываем рекламу»

Памятка составителям рекламы

1. Главное в рекламе – простота и доступность изложения;
2. Рекламное объявление должно хорошо запоминаться;
3. Броский заголовок – половина успеха;
4. Текст объявления должен быть составлен грамотно и четко;
5. Реклама не должна быть назойливой, иначе она вызывает раздражение и дает эффект, противоположный тому, что вы ожидали.



***Спасибо за
внимание!***