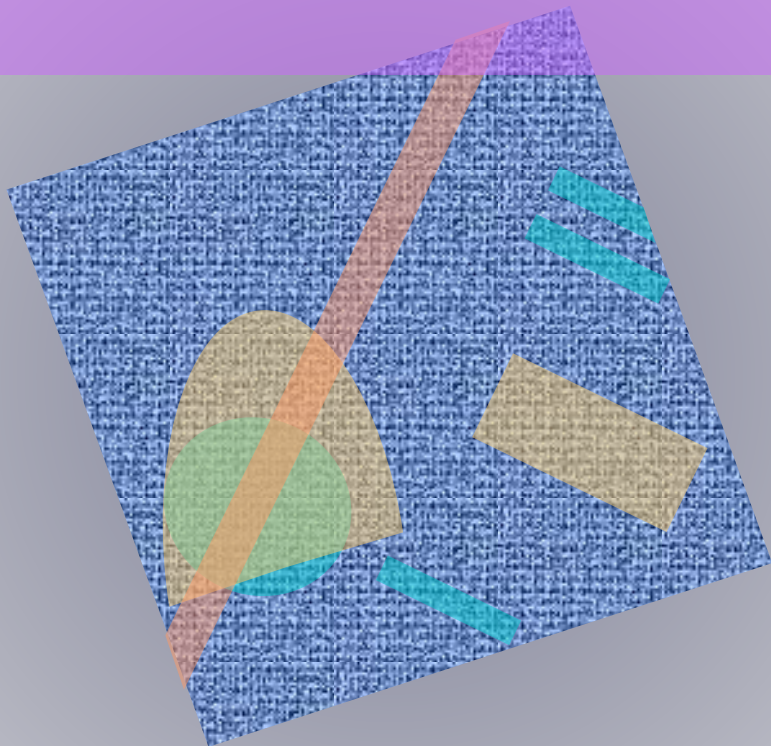
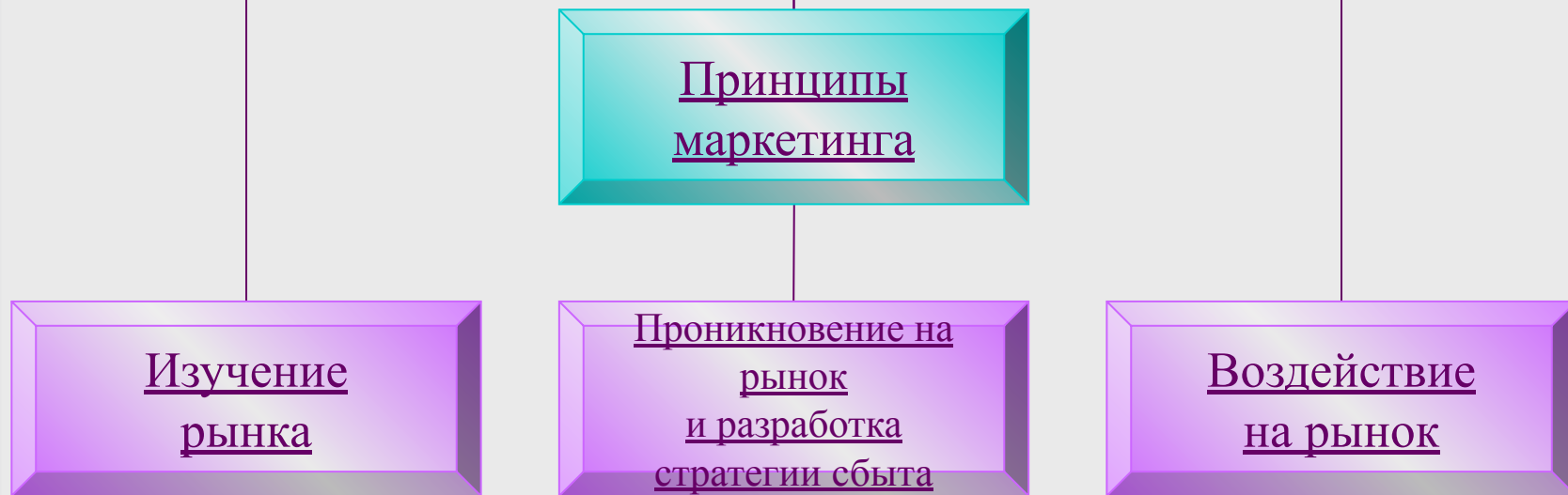


Основы маркетинга



Маркетинг – это деятельность, направленная на формирование и удовлетворение потребностей человека посредством обмена



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

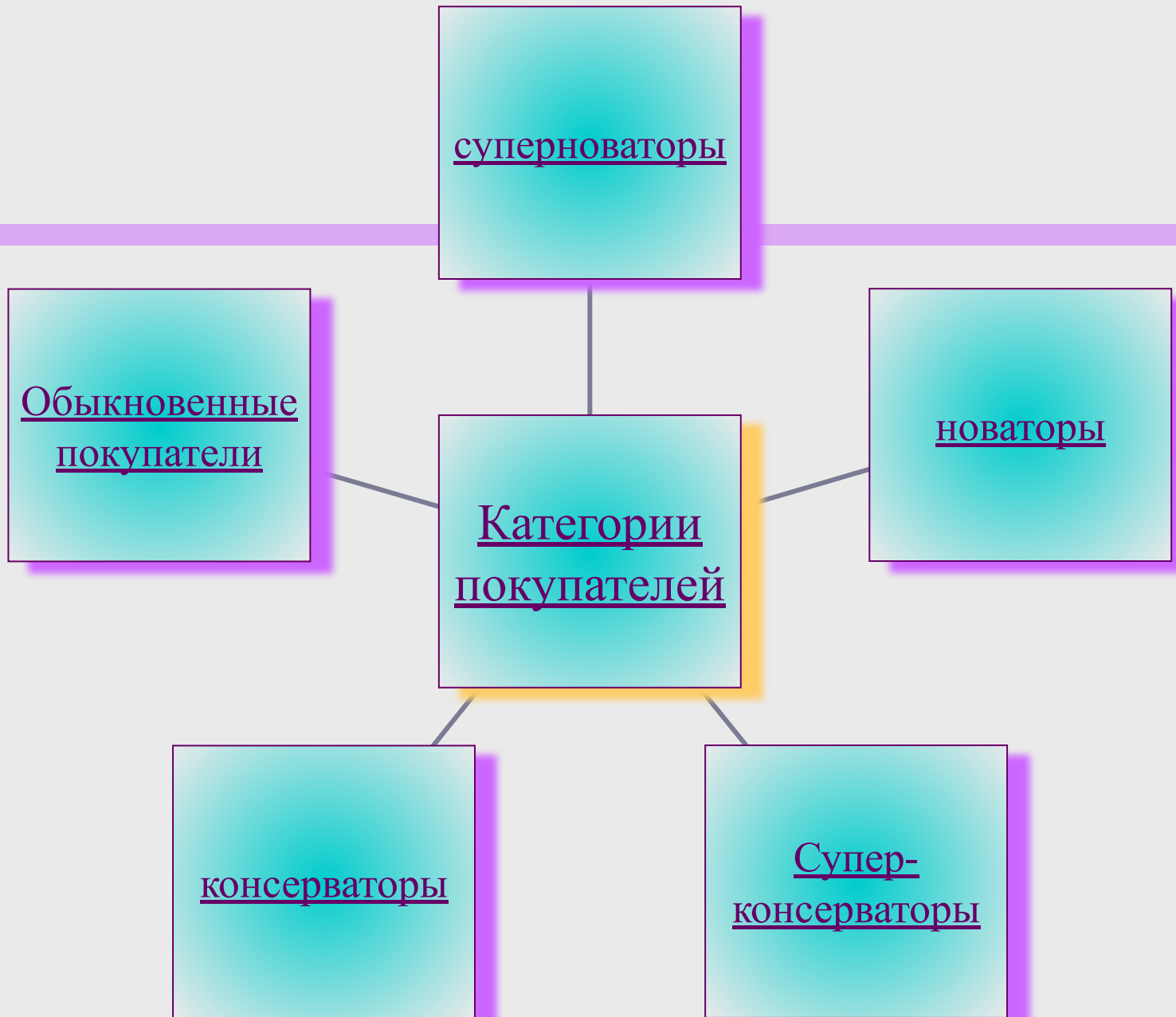
Сегментация –
(разделение
рынка
на отдельные
части
в зависимости
от различных
параметров)

Географическая
(по
региональному
признаку с учетом
климата,
местности
и т.п.)

Демографическая
я
(пол, возраст,
размер семьи,
уровень доходов)

Психологическая
ая
(стиль жизни,
личные качества
Потребителей)

Поведенческая
(мотивация
покупок
и поведение
потребителя)

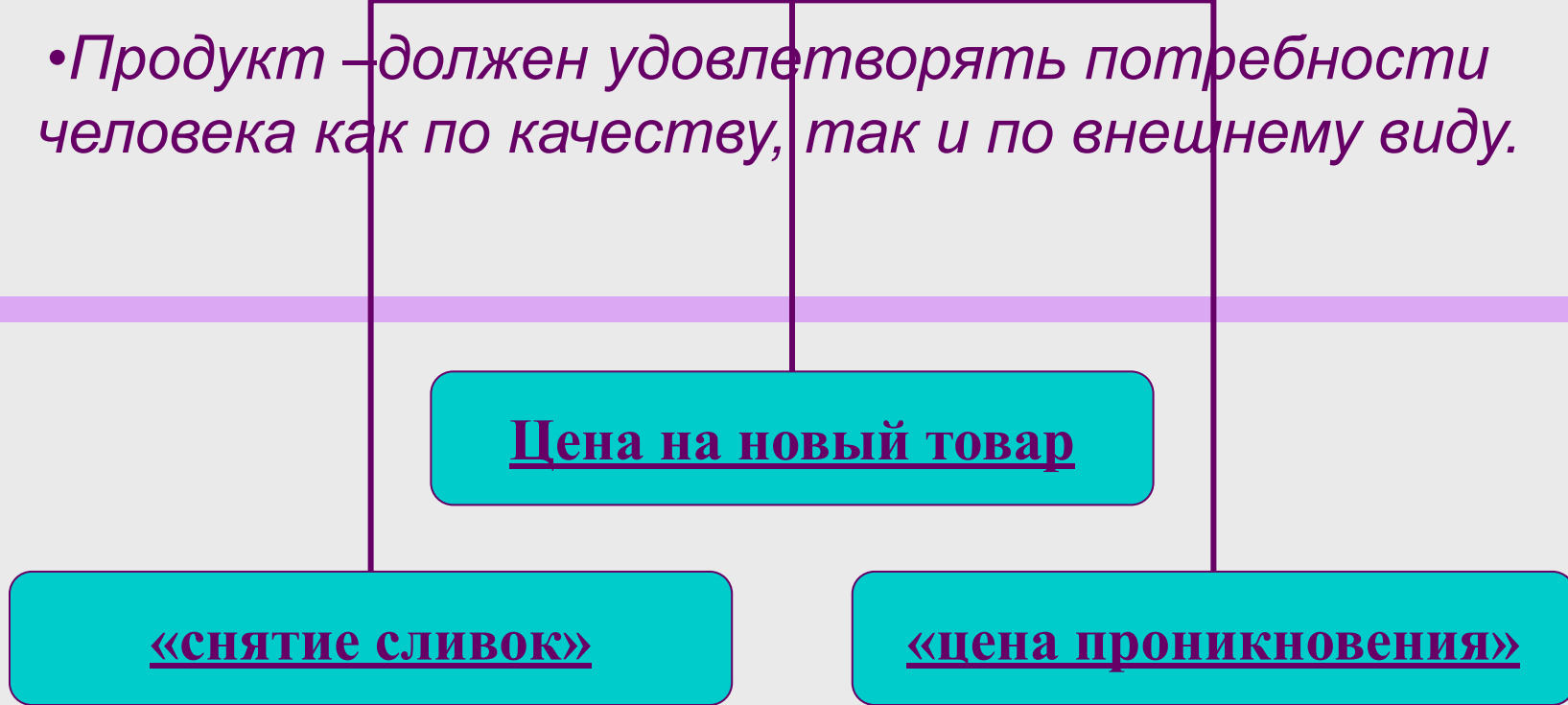


Проникновение на рынок и разработка стратегии сбыта

Принцип «четыре пи»

1. Product (продукт)
2. Price (цена)
3. Place (распространение)
4. Promotion (стимулирование сбыта)

- *Продукт – должен удовлетворять потребности человека как по качеству, так и по внешнему виду.*



- *Распространение – это каналы сбыта, которые выбирает предприниматель*
- *Стимулирование сбыта - реклама*

5.2. Основные виды современных ценовых стратегии

Типовые стратегии ценообразования



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

Реклама
(по цели)

Убеждающая
(навязывающая)

напоминающая

информационная



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.

Практикум «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.