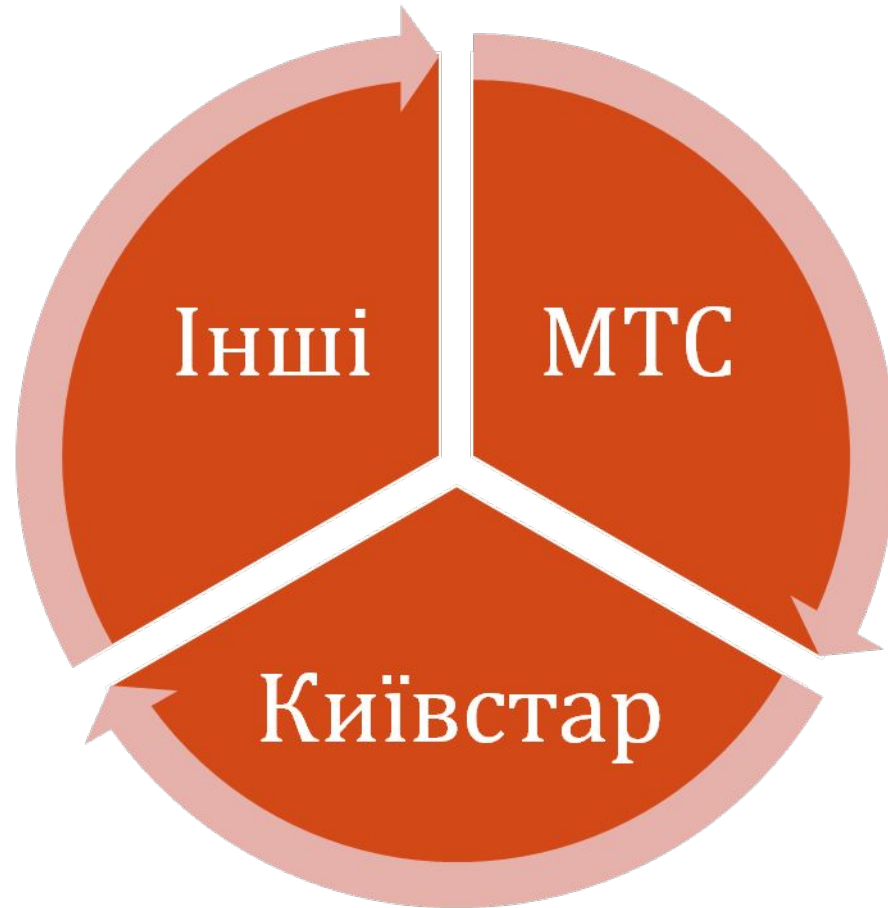


Маркетинг на базі стосунків

Relationship marketing

Маркетинг на основі стосунків – це процес, спрямований на розвиток довготривалих відносин між споживачами та постачальниками, які ґрунтуються на веденні діалогу та виконанні зобов'язань з метою створення додаткової цінності та забезпечення стабільної і прогнозованої прибутковості для обох сторін

Нас 55 000 000



АБОНЕНТСЬКА БАЗА

GSM-операторів за підсумками лютого

Оператор	Кількість абонентів станом на 28.02.2009	Чисті підключення в лютому	Зміна абонентської бази за місяць, %
Київстар	23 325 118	-173 267	-0,74%
МТС	18 023 383	-123 052	-0,68%
Астеліт	11 325 000	74 000	0,66%
УРС	1 913 336	-39 976	-2,06%

За даними iKS-Consulting

РІВЕНЬ ПРОНИКНЕННЯ мобільного зв'язку в Україні

	31.01.2009	28.02.2009
Кількість абонентів, млн	55,89	55,68
Населення, млн	46,16	46,14
Рівень проникнення, %	121,1	120,7
Чисті підключення, млн	-0,006	-0,215
Зростання абонентської бази, %	-0,01	-0,38

За даними iKS-Consulting

Киевстар «Друг» (Переходь)



КИЇВОСТАР . КОМФОРТНИЙ переход



Недоліки традиційних заходів

- Знижується ефективність реклами / традиційного маркетингу
- Ринки поділені між конкурентами
- Посилення конкуренції
- Розвиток ринку покупців
- Фрагментація ринків
- Зростання стандартів якості
- Неспроможність створення конкурентної переваги за рахунок характеристик продукту
- Розвиток технологій

Пропозиція нового продукту / послуги старому клієнту	1 од.
Привернення уваги нового клієнта	5 од.
Повернення старого клієнта	25 од.

Переваги маркетингу стосунків

- Клієнт купує більше
- Розширюється асортимент / перехресний продаж / Частка споживання
- Життєвий цикл споживача
- Знижуються затрати на обслуговування
- Наявність продуктової панелі
- Рекламування продукту споживачами (Рекомендації)
- Полегшується довгострокове планування
- Бар'єр для входження конкурентів

Розподіл прибутків операторів мобільного зв'язку

2000 рік – 50%/50%

2009 рік – 30%/70%

Боротьба за частку споживання



P&G

Johnson & Johnson



ЖИТТЄВИЙ ЦИКЛ КЛІЄНТА

