

МАРКЕТИНГ

Определение маркетинга

Ма́рке́тинг (marketing — продажа, торговля на рынке) - управление созданием товаров и услуг и механизмами их реализации/продажи как единым комплексным процессом.

Это базовое понятие или процесс. Обмен требует определённых действий. Тому, кто хочет продавать, необходимо искать покупателей, выявлять их нужды, создавать товары, продвигать их на рынок, перевозить, договариваться о ценах и т. д.

Основу маркетинга составляют такие процессы, как разработка товара, исследования, продажи и поставки товаров, ценовая политика, сервис и т.д.

МАРКЕТИНГ

Определение маркетинга

Встречается около 1000 определений понятия «маркетинг». Важно выбрать те, которые пригодятся «по жизни», — придется ли вам объяснять другим, что это такое, или пользоваться самим.

Выберите свое определение маркетинга. Ведь «все начинается с понятий».

- 1) Определение должно быть одно для всех (в компании).
 - 2) Синхронизировано, т.е. все должны: а) быть с ним согласны б) помнить его по памяти.
 - 3) Простым, чтобы «дошло» до всех – и запомнилось.
- С определения «маркетинг» и начинается.
А во многих компаниях и заканчивается...

МАРКЕТИНГ

Определение маркетинга (1)

Маркетинг — это вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена (Филипп Котлер).

Маркетинг — это продажа клиенту стандарта жизни (Пол Мазур).

Маркетинг — правильный продукт на правильном рынке (С. Джейн).

Маркетинг — все, что помогает продажам (Владимир Тюшин).

Маркетинг — это попытка представить себе, чего хотят люди, чтобы дать им это (Шелли Лазарус).

Маркетинг — это отношения (Александр Хорошилов).

Маркетинг — это кино, в котором главный герой — товар (Джек Траут).

МАРКЕТИНГ

Определение маркетинга (2)

Маркетинг — это решение проблем ваших клиентов с выгодой для себя (Рендел Чэпмен).

Маркетинг — это приобретение и удержание клиентов и бизнес-партнеров.

Маркетинг — это все то, что продавцы не успевают делать, не хотят или не могут (Игорь Манн).

Маркетинг — это все, и все — это маркетинг (Регис Маккена).

Маркетинг — это философия бизнеса, которая ставит клиентов в центр стратегии бизнеса (Прабху Гунтари).

Маркетинг — это философия бизнеса (Ж.-Ж. Ламбен).

Маркетинг — это коммерческий смысл, возведенный в метод (А. Дайан).

МАРКЕТИНГ

Определение маркетинга (3)

Маркетинг — это любовь к клиентам (парафраз: «Я никогда не занимался маркетингом. Я лишь не переставал любить своих клиентов» (Цино Давидофф).

Маркетинг — это деньги, которые делают из того воздуха, в котором витают идеи (Игорь Климанов).

Маркетинг есть искусство и наука нахождения, сохранения и возвращения клиентов.

Маркетинг — это умение грамотно продавать.

Маркетинг — это продажа товаров, которые не возвращаются, покупателям, которые возвращаются.

Маркетинг — это продажи завтра.

Маркетинг - это искусство возможного (Игорь Качалов).

МАРКЕТИНГ

Определение маркетинга (4)

Маркетинг - это осведомление потребителя и противодействие конкурентам.

Маркетинг — это делать так, чтобы покупали и потом благодарили.

Маркетинг — это собственный здравый смысл плюс чужие примеры (Андрей Позднев).

Маркетинг — это то, что мешает спокойно жить финансистам, поскольку постоянно делает все, что, с их точки зрения, делать не следует (Андрей Еремичев).

Маркетинг — это любовь к ближнему, благодаря которой получаешь Божью благодать в виде прибыли.

Маркетинг — это миллион и одна вещь, которые ты делаешь, чтобы помочь продать продукт (Боб Зак).

МАРКЕТИНГ

Определение маркетинга (5)

Маркетинг — найти потребность и удовлетворить ее (Олег Макаров).

Маркетинг представляет собой процесс планирования и воплощения замысла, продвижения и реализации идей, товаров и услуг посредством обмена, удовлетворяющего целям отдельных лиц и организаций (Американская ассоциация маркетинга).

Маркетинг — это наука о поведении, которая стремится объяснить отношения, возникающие в процессе обмена (С. Д. Хант).

Маркетинг — устранение барьеров, мешающих потребителю покупать товары (работы, услуги) у нас, а не у конкурентов (Дмитрий Семенов).

.

МАРКЕТИНГ

Определение маркетинга

Из анализа публикаций по маркетингу и опыта его практической реализации вытекает, что термин «маркетинг» по крайней мере может использоваться в четырех значениях:

- Маркетинг как философия, идеология управления, направленная на установление взаимовыгодных отношений между производителем и потребителем.
- Маркетинг как функция управления производственно-сбытовой деятельностью.
- Маркетинг как наука.
- Маркетинг как академическая (учебная) дисциплина.

МАРКЕТИНГ

Маркетинг как философия рыночной деятельности

Ф. Котлер (1973) показал различие между маркетингом как философией и маркетингом как ремеслом.

Если в компании применяются конкретные способы, приемы и инструменты маркетинга, то неизбежно маркетинг - ремесло, что явно недостаточно в условиях всевозрастающей конкуренции. Знание маркетинга только узким кругом специалистов (отдел, группа) становится недостаточным.

Необходимо, чтобы маркетинг как философия предпринимательства овладел и руководил всеми работниками, функциями и отделами организации.

Маркетинг, превращаясь в склад ума, пронизывая деятельность каждого работника от клерка до высшего руководства, создает предпосылки и условия эффективного предпринимательства.

Если деятельность компании в целом ориентирована на маркетинг как концепцию рыночного управления, то это предопределяет не просто создание служб маркетинга, но и изменение всей философии управления,

МАРКЕТИНГ

Маркетинг как философия рыночной деятельности

Когда компания рассматривает бизнес прежде всего с позиции удовлетворения потребителя, то такая компания «исповедует» маркетинг как философию управления.

Ф. Котлер заметил, что практика маркетинга как философии управления наблюдается примерно у 10% компаний США. В России, видимо, эта цифра еще ниже.

В зависимости от степени вовлеченности компании в маркетинг можно выделить три уровня использования данной концепции:

деятельность компании в целом переориентирована на маркетинг как концепцию рыночного управления, что предопределяет не просто создание служб маркетинга, но и изменение всей философии управления;

в компании используются отдельные комплексы (группы взаимосвязанных методов и средств) маркетинговой деятельности (разработка и производство товаров исходя из изучения спроса и конъюнктуры рынка, послепродажное обслуживание и др.);

в компании изолированно реализуются отдельные элементы маркетинга (реклама, стимулирование продаж, ценообразование с учетом спроса и др.).

МАРКЕТИНГ

Маркетинг как функция управления

Большинство определений рассматривают маркетинг как функцию производственно-сбытовой деятельности, как функцию управления.

Может, тогда в основу определения маркетинга положить не любой обмен, а обмен на основе определенных принципов, с помощью определенных инструментов, методов?

Четкие правила и логика выявления принципов отсутствует, в разных публикациях выделяется от 5—6 до 15—25 принципов.

В одной из книг по управлению приводится один принцип (хамелеона): «Чтобы сохранить работу, работник должен приспособливаться к обстановке».

Строго говоря, эти принципы не носят сугубо маркетингового характера, они присущи торговле, рациональному ведению бизнеса вообще.

В российских публикациях по маркетингу (у известных зарубежных специалистов такой темы не удалось обнаружить) приводятся близкие по содержанию (но не по числу) перечни принципов маркетинга, которые отталкиваются от одного (основного) — «ориентация конечных результатов производства на реальные требования и пожелания потребителей».

МАРКЕТИНГ

Маркетинг как наука ?

Четкое установление границ и содержания маркетинга как функции управления представляет трудную задачу.

В маркетинге используется большое количество идей, концепций, методов, позаимствованных из разных областей знаний, которые проблематично объединить общей теорией.

Вызывают возражение вопросы «Маркетинг - это наука или искусство?» Разумеется и то, и другое.

Маркетинг выполняет роль каркаса, объединяющего все необходимые методы, знания, навыки и действия для решения своих проблем.

Маркетинг одновременно является системой мышления и системой действий, научными знаниями и искусством.

МАРКЕТИНГ

Функции маркетинга

Аналитическая функция:

- изучение рынка как такового;
- изучение потребителей;
- изучение структуры компании;
- изучение товара;
- анализ внутренней среды компании.

Производственная функция:

- организация производства новых товаров, разработка новых технологий;
- организация материально-технического снабжения;
- управление качеством и конкурентоспособностью готовой продукции.

МАРКЕТИНГ

Функции маркетинга

Сбытовая функция (или продаж):

- организация системы товародвижения;
- организация сервиса;
- организация формирования спроса и стимулирования сбыта;
- проведение целенаправленной товарной политики;
- проведение целенаправленной ценовой политики.

Функция управления и контроля:

- организация стратегического и оперативного планирования в компании;
- информационное обеспечение управления маркетингом;
- организация системы коммуникаций в компании;
- организация контроля маркетинга (обратные связи, ситуационный анализ).