Функции маркетинга

Функции маркетинга – это совокупность видов деятельности, которая связана с изучением рынка, развитием предлагаемого ассортимента, формированием каналов сбыта, проведением рекламных компаний и стимулированием продаж, с управлением и контролем.

Основными функциями маркетинга являются:

1. Аналитическая функция.
2. Производственная функция.
3. Сбытовая функция (функция продаж).
4. Функция управления, коммуникаций и контроля.

Аналитическая функция

Аналитическая функция маркетинга включает в себя:

- изучение рынка;
- изучение потребителей;
- изучение фирменной и товарной структуры рынка;
- анализ внутренней среды организации.

Основная цель аналитической функции маркетинга – уменьшение неопределенности и риска деятельности компании. Полученные результаты используются в процессе принятия и реализации управленческих решений.

Производственная функция

Производственная функция маркетинга включает в себя:

- производство новых товаров; разработку новых технологий;
- материально-техническое снабжение;
- управление качеством готовой продукции и ее конкурентоспособностью.

Результатом реализации всех этих функций маркетинга должен стать выпуск конкурентоспособной продукции требуемого ассортимента.

Сбытовая функция

Сбытовая функция маркетинга включает в себя:

- организацию системы товародвижения и сервиса;
- организацию системы формирования спроса и системы стимулирования сбыта;
- целенаправленная товарную политику;
- целенаправленную ценовую политику.

Осуществление сбытовых функций маркетинга имеет огромное значение для любой фирмы, потому что товар производят для того, чтобы его продавать.

Управленческая функция

Управленческая функция маркетинга включает в себя:

- организацию стратегического и оперативного планирования;
- информационное обеспечение;
- организацию контроля маркетинга (ситуационный анализ, обратные связи).

Осуществление управленческих функций маркетинга предполагает организацию планирования хозяйственной деятельности фирмы и управление производством. Здесь определяется общая стратегия фирмы, а также формулируются оперативные задачи.