

Существует множество определений маркетинга, так одно из них: «Маркетинг - это осуществление бизнес-процессов по продвижению товаров и услуг от производителя к потребителю». Все определения этого термина сводятся к одному, цель маркетинга – это продажа товара или услуги покупателю. Для достижения этой цели требуется разработать точный план действий, который называется маркетинговой стратегией.

В рамках маркетинговой стратегии преследуются две основные цели: первая – это привлечение новых покупателей, и вторая цель – это удержание приобретенных покупателей.

Чтобы быть конкурентоспособной на рынке, компания в своей работе должна стремиться именно к достижению этих целей. Существуют, конечно и ряд других факторов, о которых не стоит забывать, такие как своевременное и грамотное информирование покупателей о новых товарах, создание имиджа торговой марки и увеличение объема продаж.

Все маркетинговое планирование основано на четырех факторах, так называемая «Теория 4P»: Product (товар или услуга); Price (цена товара или услуги); Placement (сбыт товара, торговые сети, магазины); Promotion (продвижение товара: реклама, стимулирование сбыта).

Теория 4P была сформулирована Джером Маккарти, и говорит о том, что прежде чем производить какой-либо продукт или предоставлять услугу необходимо рассмотреть четыре фактора:

Первый и наверное самый главный – это какой товар производить, на какого покупателя он должен быть ориентирован, какой сегмент рынка он может занять. На данном этапе проводится глубокий анализ потребительского спроса на данный товар, анализ соответствующего сегмента рынка, уровня конкуренции на этом рынке, создается портрет потенциального покупателя, которому предназначен товар.

Второй фактор, который играет немаловажную роль для дальнейшего сбыта товара, - это цена на него, на этом просчитываются все составляющие, влияющие на формирование цены товара, включая налоги и различные издержки.

Третий фактор, влияющий на успешную продажу товара или услуги, - это место сбыта данного продукта. Очень важно определить где вы будете продавать свою продукцию, в крупных розничных сетях, в небольших магазинах, в крупных городах или в провинции, а может выгоднее продавать продукцию через интернет? Правильный выбор места сбыта будет способствовать успешной продаже вашей продукции.

И четвертый фактор, имеющий очень важное значение в наше время, когда уровень конкуренции очень высок, - это продвижение товара, его реклама. Без качественной и эффективной рекламы даже самый полезный и нужный, самый дешевый и красивый товар продать невозможно, о нем попросту никто не узнает. Именно рекламные акции призваны привлечь внимание к новым товарам и услугам, выходящим на рынок и стимулировать продажу уже известных марок. Все виды рекламы подразделяются на две категории ATL (Above-the-line) и BTL (Below-the-line). ATL включает в себя рекламу в средствах массовой информации, включая газеты, журналы, телевидение, радио, а также наружную рекламу. BTL услуги включает в себя проведение промоакций, дегустаций, раздачу пробных экземпляров продукции, распространение листовок с информацией о новом товаре или услуге. BTL подразумевает прямой контакт с конечным потребителем, промоутеры предлагают попробовать продукцию потенциальным покупателям, разъясняют особенности и преимущества товара, что не всегда можно сделать в телевизионной рекламе.

От того насколько тщательно и всесторонне проанализированы все четыре фактора, и насколько правильно спланирована маркетинговая стратегия зависит успех вашего бизнеса.