

Marketing: tények és tévhitek



Horváth Anna
2011. május 12.



Mi jut eszedbe a marketingről?

tolakodó

sok körítés

fényezés

nagyobb a füstje, mint a lángja

átverés

unalmas

duma

hiszékenység

látogat

telefonos kisasszonyok

pénzpörgetés ide-oda

Ezzel szemben a marketing ...

A fogyasztói elégedettség kialakítása, a fogyasztói igények megismerésén, és azok lehető legtökéletesebb kielégítésén keresztül, a nyereségességi szempontok szem előtt tartásával.



Tehát a marketing...

- ... feltérképezés: pia...
- ... célcsoport megválasztás; szegmentálás;
- ... igény kiértékelés: pozícionálás;
-és: pénzügyi tervezés





Piackutatás

Piackutatás, ...

...hogy ne ugorjunk fejest az ismeretlenbe.

- Tágabb környezet kutatása (iparági elemzés);
 - Potenciális és meglévő vevők, fogyasztók kutatása;
 - Versenytársak kutatása.
-
- Pontosan milyen kérdésekre keressük a választ?
 - Milyen eszközök állnak ehhez a rendelkezésünkre?



Kevés adat alapján is sokkal megalapozottabb következtetéseket lehet levonni, mint mindenféle adat és információ nélkül.

Legfontosabb kérdések

- Mekkora a piac?
- Reálisan mekkora részét tudom lefedni?
- Kik a vevőim, mik a jellemző tulajdonságaik?
- Mik a fogyasztói szokásaik?
- Milyen vásárlási / fogyasztási gyakoriság és intenzitás jellemzi őket?
- Hogyan érhetők el?
- Ismerik-e a vállalkozásomat? Ha igen, honnan?
- Mi a véleményük a (tervezett) termékemről, szolgáltatásomról?
- Mi a véleményük a versenytársaim termékeiről, szolgáltatásairól?
- Milyen új igényeik, változtatási javaslataik, ötleteik vannak a termékemmel, szolgáltatásommal kapcsolatban?



Legfontosabb kérdések

- Kik a versenytársaim, és hol vannak?
- Azonos vagy helyettesítő terméket kínálnak?
- Mennyiben fed át a célcsoportunk?
- Mióta működnek?
- Voltak-e fordulópontjaik?
- Mekkora? Milyen a pénzügyi helyzetük?
- Milyen előnyöket kínálnak a vevőknek?
- Milyenek az áraik, milyen az árpolitikájuk?
- Milyen az ügyfélkezelésük?
- Milyen a marketingjük? Van-e arculatuk? Kommunikációs tevékenységük intenzitása?
- **Miben tudnánk náluk jobbak lenni / miben vagyunk jobbak náluk?**
- **Mit tanulhatunk tőlük?**



Milyen eszközök állnak rendelkezésre?

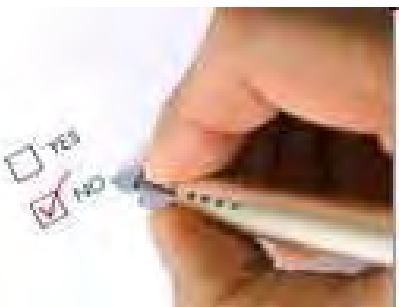
Másodlagos (szekunder) kutatás:
 készen elérhető adatok, statisztikák,
 elemzések, újságcikkek, mások által
 összegyűjtött információk stb..



Elsődleges (primer) adatfelvétel:
 megkérdezés (személyesen, telefonon,
 írásban), megfigyelés (pl. konkurens üzlet
 vagy web-oldal), kísérlet (pl. próbavásárlás,
 árajánlatkérés, stb.).

Primer módszerek

Kérdőíves megkérdezés



Forgalomszámlálás



Próbavásárlás



Versenytársak web-
oldalainak elemzése



Interjú, ismerősök,
vevők kikérdezése





Szegmentálás, célcsoport meghatározás



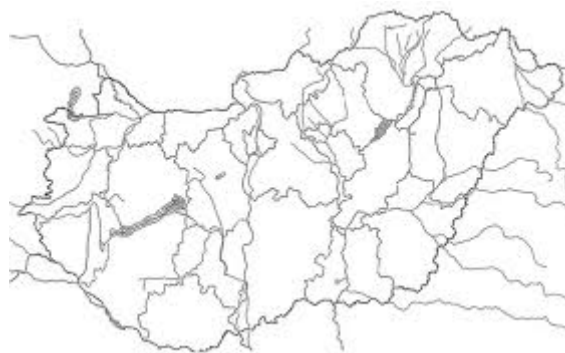
seed

Kisvállalkozás-fejlesztési Alapítvány

Szegmentálás és célpiac



Szegmentálási kritériumok





Példák célcsoportra

- Gödöllőn és környékén, ipari tevékenységgel foglalkozó, igényes honlappal nem rendelkező kisvállalkozások.
- Biatorbágy-környéki, egy vagy két 6 év alatti gyereket nevelő családok, amelyekben mindkét szülő dolgozik vagy szeretne dolgozni.
- Német kapcsolatokkal rendelkező, Budaörsön működő kis- és közép-vállalkozások.
- Vezetővé váló műszaki vagy természettudományos tapasztalattal rendelkező szakemberek, elsősorban a gyógyszeriparban.



Pozícionálás

Miben lehet más a vállalkozásunk?

- Mást kínál;
- Máshol és máshogy kínál;
- Más áron kínál;
- Másképpen kommunikál.



Termék helyett problémamegoldás



+



+



megoldására:



1.P: Termék

Minőség



Garancia



Márkanév



Design



Személyzet



Csomagolás



**Házhoz
szállítás**



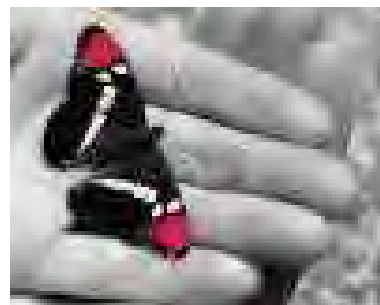
Szállítási idő



Összeszerelés



Hozzáadott érték



2.P: Értékesítés helye

Partnereken keresztül



Telefonos értékesítés



Nagykereskedelem



Ügynök



Üzlethelyiség



Ügyfél otthona



Kiskereskedelem



On-line értékesítés



Saját iroda



3.P: Ár

Árszint



Finanszírozás



Árkonstrukció



Fizetési módok



Részletfizetés



Árkedvezmények



Vásárlásösztönzés



On-line marketing



Személyes eladás



4.P: Kommunikáció Arculat

Elégedett vevők
tovább ajánlása

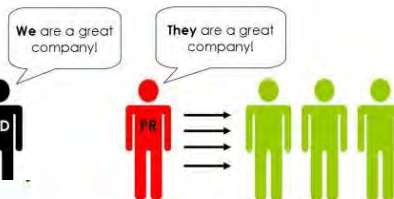


Reklám



PR

Advertising vs. Public Relations



CSR



Direkt marketing





Mi jut eszedbe a marketingről?

piackutatás

reklám

arculat

márkanév

pozicionálás

logó

megkülönböztetés

kreativitás

fogyasztó

igény

ötletesség

fogyasztói szokások

haszonorientált

pénz

cégfilozófia