

Шушкин Михаил

Д.э.н., профессор кафедры маркетинга

Более 100 публикаций, в том числе в ведущих российских журналах

10 лет успешной практики проведения маркетинговых исследований и бизнес – консультирования

автор курса "Современные маркетинговые практики для компаний малого и среднего бизнеса"





Всегда ли нужен маркетинг?

- Маркетинг – приведение всех ресурсов компании в соответствие с требованиями и возможностями рынка для получения прибыли (Э.Митчел).
- Маркетинг есть бизнес в целом, рассматриваемый с точки зрения конечного результата, то есть с позиции потребителя (П.Друкер).
- Маркетинг — вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена (Ф. Котлер).
- Маркетинг - искусство и наука нахождения, сохранения и возвращения клиентов (Американская ассоциация маркетинга).
- Маркетинг — это выполнение действий, направленных на достижение целей организации посредством предвидения потребностей покупателя или клиента и направления потока удовлетворяющих эти потребности товаров и услуг от производителя к покупателю или клиенту (Э. Дж. Маккарти).



Пример с аперитивом

Количество респондентов



Сегмент А

Сегмент Б

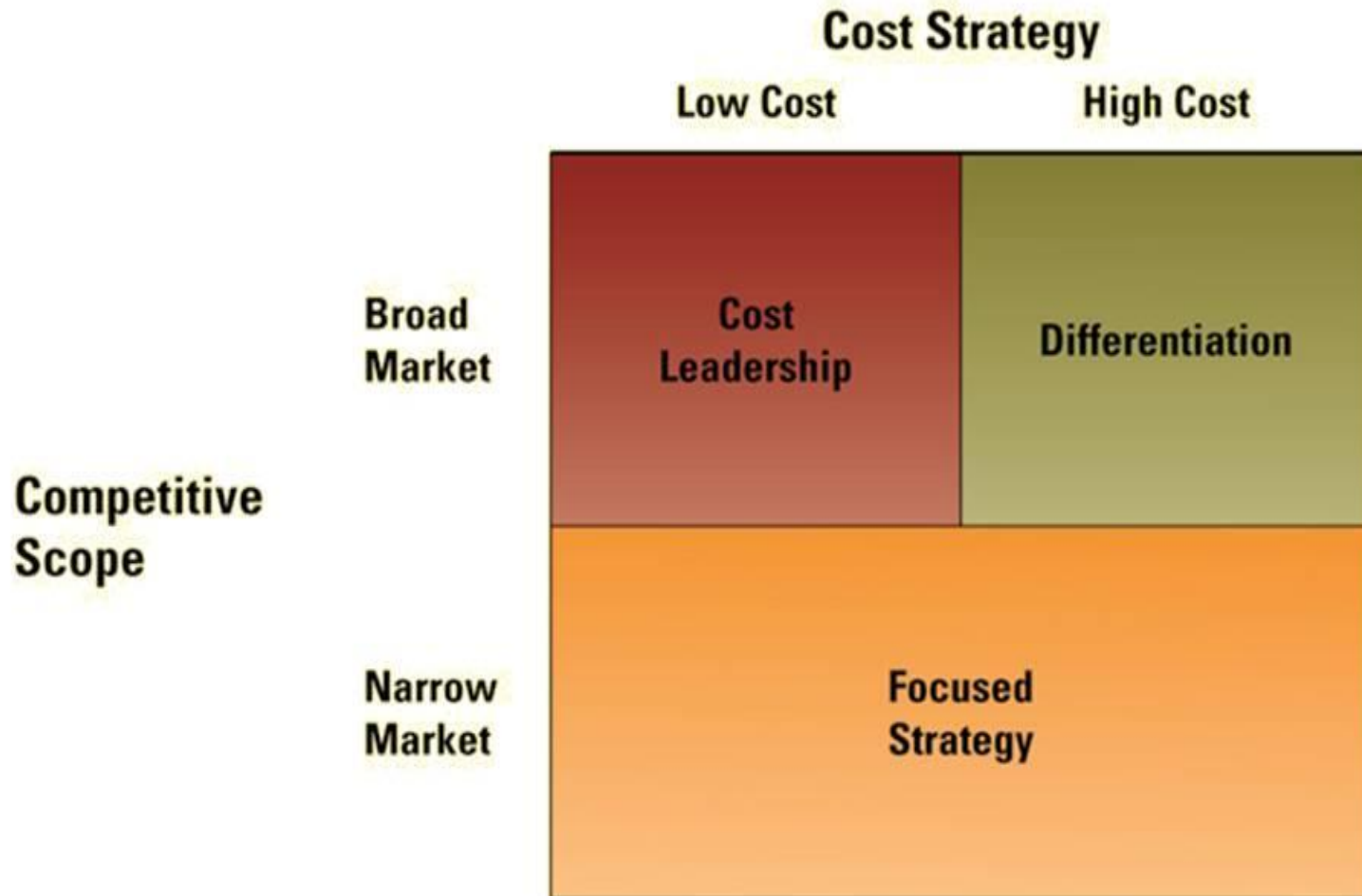
Большинство или ядерный рынок

Уровень определяющего спроса

Рис. Насыщение основного ядра рынка



Основные стратегии по Майклу Портеру (1985)



Стратегия голубого океана

Дать большую ценность для потребителя
за меньшую стоимость



Ли Якокка – дважды отрывший голубые океаны



Пример стратегии голубого океана, или как «ИКЕА» покорила МИР



Принципы партизанской войны

Принцип партизанской войны № 1: Найдите достаточно маленький сегмент рынка, который вы смогли бы защищать.

Принцип партизанской войны № 2: Какого бы успеха вы ни добились, никогда не ведите себя как лидер (В день, когда компания-партизан впервые закажет своему директору лимузин, начнется ее упадок).

Принцип партизанской войны № 3: Будьте готовы свернуть свои дела в любой момент (компания, которая вовремя убегает, может снова возродиться в другом городе).



Виды партизанских стратегий:

- Географическая партизанская война - концентрация на одном географическом сегменте
- Демографическая партизанская война - концентрация на определенных узких слоях населения
- Отраслевая партизанская война - для компаний b2b сегмента, концентрация на клиентах из определенной отрасли
- Продуктовая партизанская война - концентрация на уникальных в своем роде продуктах
- Партизанская война в высших секторах рынка - высокие цены делают товар «заметным» в системе распределения, это позволяет привлечь внимание к тому, что такого уникального умеет продукт и почему он так дорого стоит
- Создание союзников - объединение усилий с другими небольшими участниками рынка для взаимного дополнения; (типичным вариантом является построение франчайзинговой сети и кооперативы розничных торговцев)

Основные инструменты партизанского маркетинга

- «Вирусный маркетинг»
- SMM
- «Эмбиент медиа»
- «Лайф плейсмент»

Необычная реклама



Необычная реклама





Партизанский маркетинг
от TELE – 2 (реклама
роуминга)



Дистрибутор мопедов Vespa нанял несколько десятков красивых молодых девушек, которые приезжали в модные кафе на новеньких мопедах, сидели там и охотно знакомились с другими посетителями. В ходе разговора они начинали непринужденно расписывать, как им нравится их новое транспортное средство.





Социальная реклама в Чехии



Деньги как рекламное средство





100

270114473729

100 EURO

270114473729

1.000 km für only 800€
VW. Mit Toman Abschlus
www.toman.com



100

100



МОСКВА

СТО РУБЛЕЙ

100



2011

МЫ МОЖЕМ МНОГОЕ

В ТОЛЬЯТТИ



100

ИЙ НОМЕР

МММ2011.com

1997

БАЛНКА РОССИИ

RU 8486902

WWW.PRO-BIZNES.COM

100

РУБЛЕЙ



Реализация конкурентных стратегий на примере концепции «Айкидо – маркетинг»

Один из принципов Джека Траута: «Найдите слабое место в силе лидера и атакуйте его»





ГОЛОДНЫЙ СТУДЕНТ -
МЕРТВЫЙ СТУДЕНТ



**Congratulations to Audi for winning
South African Car of the Year 2006.**



**From the Winner of
World Car of the Year 2006.**

Although impressive, this has been selected the winner of the world's most awarded 8 Series is well aware that it's not enough to just be a luxury sedan. It was
performing to have that has officially confirmed 88 of the world's leading motoring journalists. When you see an 8 Series you know the world has recognized
and wanted, a combination of exceptional handling, driving performance and superior interior comfort. The world's most discerning car fan the
Audi 8 Series is a true leader in the world's business.

Audi of Africa





**Congratulations to BMW for Winning
World Car of the Year 2006**



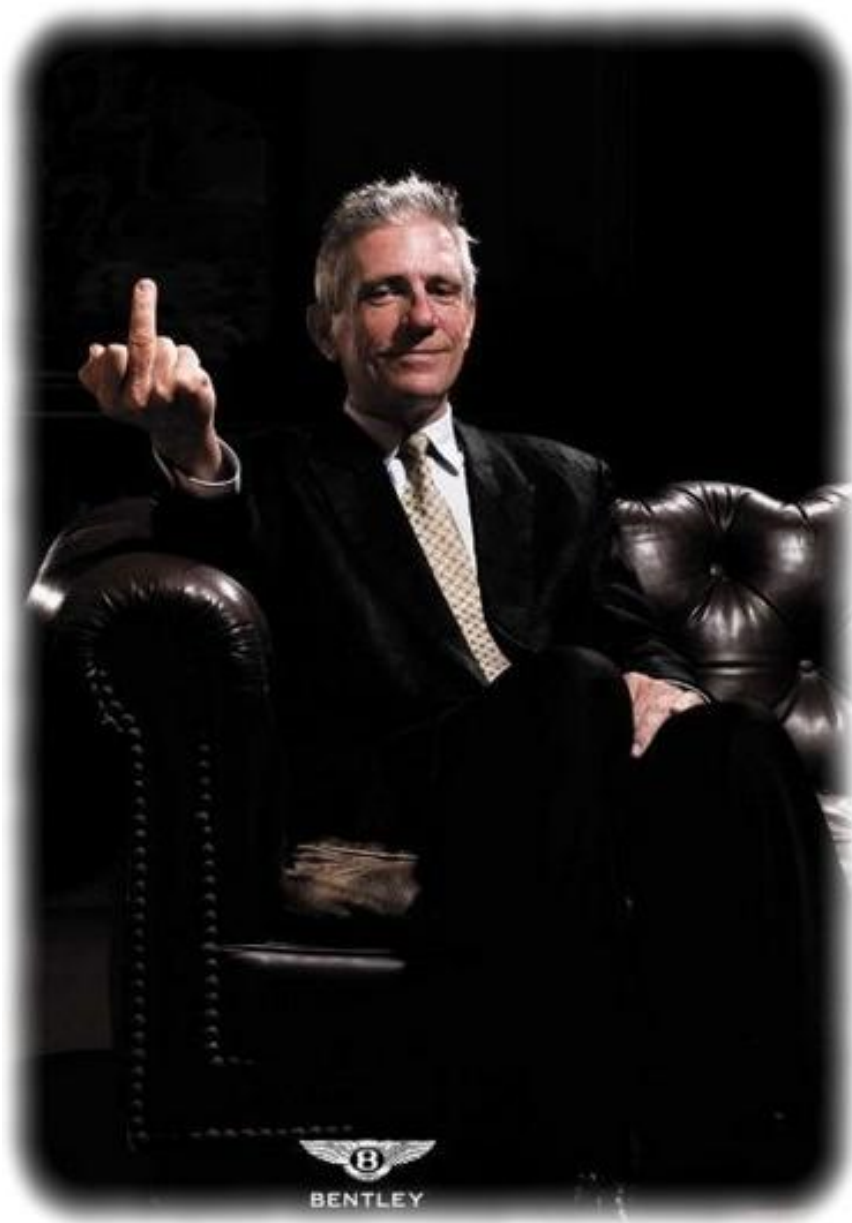
**From the Winner of Six Consecutive
Le Mans 24 Hour Races
2000-2006**



Vorsprung durch Technik 

Well done to Audi and BMW for winning the beauty contest.
From the winner of the 2006 International Engine of the Year.





Нам не до игр.



Лада Калина комплектация «Полный стандарт»

Благодарим Subaru BMW и Audi за хорошее настроение!



**От производителя автомобилей,
лидирующих по продажам на 1/8 части суши**



LADA Kalina

ВРЕМЯ РАССТАТЬСЯ
С НЕ ВЕСТОЙ

LADA VESTA
ВЫГОДНЫЕ УСЛОВИЯ
TRADE-IN



Наши НЕвесты
не ломаются



**Авто Спец Центр**
ГРУППА КОМПАНИЙ

 **HYUNDAI**



ПОКА ВСЕ СПОРЯТ
ПРО НЕВЕСТУ –
У НАС FIESTA!

Ауди
Центр Таганка



Девочки, не ссорьтесь



**СИТРОЁН С-ЕЛЫСЭЕ
НАДЁЖНЫЙ ЖЕНИХ ИЗ ЕВРОПЫ**





ПОСМОТРИ
ПО СТОРОНАМ,
И ВЫБИРАЙ
НЕВЕСТУ
САМ
NISSAN





ЗАВЕДУ ЛЮБЮ



Наша НЕвеста
в Polo на все
готова!



ТИЛИ-ТИЛИ ТЕСТО
И PARTNER,
И **НЕВЕСТА**





Не выбирай невесту, выбирай сваху

Нижний Новгород
ул. Ларина, 286
831 2 900 700
Горячая линия УАЗ: 8 800 100 00 42 (звонок по России бесплатный)
www.uaz.ru





И СТАРЫЕ ГРУСТЯТ НЕ ВЕСТЫ

СДАЮТ ИХ С ВЫГОДОЙ В
TRADE-IN

БЕРУТ ВЗАМЕН КРАСОТКУ
LADA VESTA



ARTO
РЕБИО

★★★★★
ARCAP

 **LADA**

Carobka.ru

ВЫБІРАЙ
БЕЛАРУСКУЮ
НЕ ВЕСТУ



belgee.by


auto.onliner.by
BELGEE



*Если хочешь
быть сверху*



Найди
ТОЧКУ Geely

Покори свою НЕ ВЕСТУ



г. Минск, ул. Кольцова, 48

auto.onliner.by



"Современные маркетинговые практики для компаний малого и среднего бизнеса"

- определение возможностей маркетинга для вашей компании, постановка задач перед маркетологом
- конкурентные стратегии для Вашей компании;
- постановка диагноза: маркетинговые исследования и аналитика;
- стратегии сегментирования и позиционирования;
- разработка программы маркетинга;
- lovemarks: как влюбить потребителя в свой бренд.

