



Товар в комплексе маркетинга

■ **Комплекс маркетинга** – это определенный набор поддающихся контролю инструментов, методов, средств и практических мер воздействия на рынок, используя которые производители вызывают желаемую ответную реакцию со стороны целевого рынка и регулируют спрос на свой продукт.

■ **Товар** – все то, что удовлетворяет потребности людей и предлагается рынку для обмена.



Характеристики товара:

- **Качество** – степень соответствия товара его предназначению;
 - **Конкурентоспособность** – выгодные отличия данного товара от аналогичных товаров-конкурентов;
 - **Цена** – та сумма денег, за которую продавец готов продать, а покупатель купить товар;
 - **Ассортимент** – чем богаче и шире предлагаемый товарный ассортимент, тем более полно удовлетворяются потребности покупателя;
 - **Упаковка** – обеспечивает защиту продукта, привлекает внимание, несет на себе определенную информацию;
 - **Сервис** – сопутствующие товару услуги;
 - **Марка** – имя и/или рисунок (марочный знак), обеспечивающие отличие от товаров конкурентов;
 - **Бренд** – сильная марка, получившая широкое признание и имеющая многочисленных приверженцев.
-

Жизненный цикл товара

Жизненный цикл товара (ЖЦТ) – временной период с момента выведения товара на рынок, до снятия его с продажи; а также сопутствующие этому периоду маркетинговые мероприятия.



Этапы ЖЦТ

- **Этап выведения на рынок (внедрение)** – товар презентуют рынку, начинаются первые пробные продажи;
 - **Этап роста** – стремительное наращивание объемов продаж;
 - **Этап зрелости** – замедление темпов роста продаж, их стабилизация;
 - **Этап упадка (спад)** – продажи начинают падать.
-

Виды товара



Уровни товара (Ф.Котлер)



- **Товар по замыслу** – олицетворяет желание потребителя, ту его нужду, которую данный товар призван удовлетворить;
 - **Родовой товар** – совокупность минимальных признаков, отличающая данный вид товара от всех остальных;
 - **Ожидаемый товар** – то, что рассчитывает получить потребитель; тот образ товара, который рисует его воображение;
 - **Расширенный товар** – товар не только соответствующий ожиданиям потребителя, но даже превосходящий их. Он обладает какими-нибудь дополнительными приятными особенностями, сервисами, бонусами;
 - **Потенциальный товар** – расширенный товар в будущем, который предположительно приобретет новые, дополнительные и привлекательные качества.
-

Трёхуровневая концепция

- **Товар по замыслу** – базовый уровень, отвечающий на вопрос: «что на самом деле получит покупатель»? потребность, которую он призван удовлетворить.
 - **Товар в реальном исполнении** – изготовленный и продаваемый товар, с определенным уровнем качества, функционалом, дизайном, маркой и упаковкой;
 - **Товар с подкреплением** – реальный товар с сопутствующими сервисами, бонусами и прочими выгодами.
-