



КОНЦЕПЦИЯ МАРКЕТИНГА

Наследие предыдущих концепций

1. Предложение доступных по цене товаров
2. Продукция должна быть высокого качества
3. Продукцию необходимо активно продвигать до конечного покупателя



Общая характеристика

- США, конец 70х гг;
- Отыщите потребности и удовлетворите их
- Производите то, что можете продать;
- Любите клиента, а не товар.



- **Целевой рынок** - это рынок, имеющий ряд четких параметров, и используемый компанией для сбыта своей продукции, и обеспечивающий компании существенный доход.



Выгоды :



- Выявление потребительских предпочтений;
- предложение покупателям товаров, соответствующих их предпочтениям;
- Выявление сегментов рынка и сосредоточение усилий на наиболее выгодных;
- согласование производства и реализации.

	Концепция интенсификации коммерческих усилий	Концепция чистого маркетинга
Объект	Существующий товар фирмы	Целевые клиенты фирмы с их нуждами и потребностями
Средства достижения целей	Жёсткая обработка клиента, агрессивные методы продажи товара и активное продвижение его на рынке	Товары, а также факторы, связанные с его производством, поставкой и потреблением
Конечная цель	Получение прибыли за счёт продаж	Получение прибыли за счёт обеспечения удовлетворённости потребителей