



# 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.

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