

МАРКЕТИНГ В КРЕАТИВНЫХ  
ИНДУСТРИЯХ:  
СОЗДАНИЕ СМЫСЛОВ И  
АУТЕНТИЧНОСТЬ



# МАРКЕТИНГ

Единого признанного определения маркетинга не существует по сей день.

Игорь Манн утверждает, что **определений существует порядка 1500**, и каждое из них имеет право на существование.



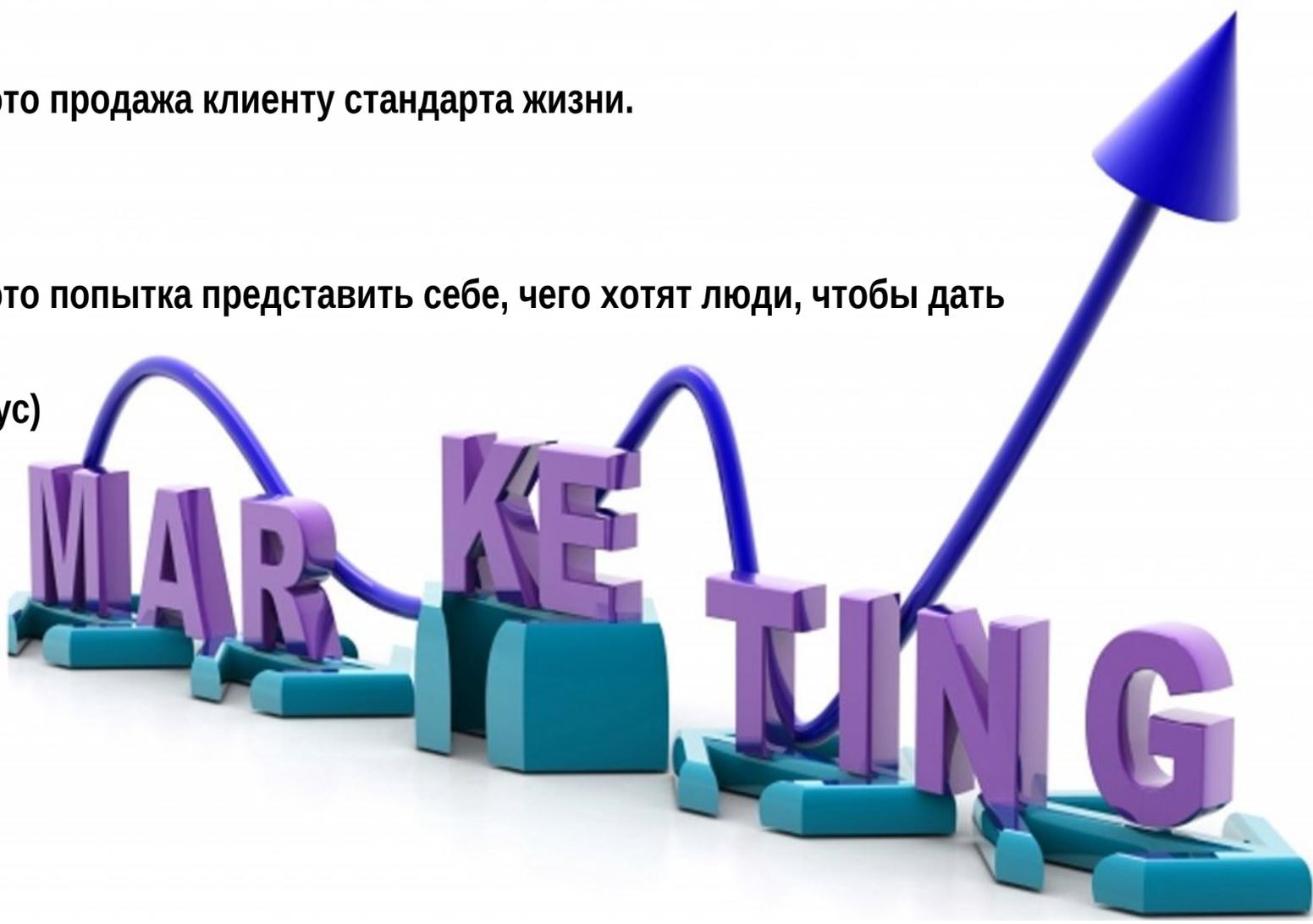


**Маркетинг — это продажа клиенту стандарта жизни.**

**(Пол Мазур)**

**Маркетинг — это попытка представить себе, чего хотят люди, чтобы дать им это.**

**(Шелли Лазарус)**



**Маркетинг — это кино, в котором главный герой — товар.**

**(Джек Траут)**



**Маркетинг — это разведка мозгов потребителя о его потребностях завтра, а также определение объемов будущего потребления.**

**(Раис Гареев)**



**Маркетинг — это все, и все — это маркетинг.**

**(Регис Маккена)**

# Marketing Mix

4P  
в маркетинге

Product

Price

Place

Promotion

## Product

- ассортимент
- качество
- дизайн
- свойства
- торговая марка
- упаковка
- обслуживание
- гарантия

## Price

- себестоимость
- цена по прайс-листу
- скидки
- срок платежа
- условия кредита

## Place

- каналы сбыта
- охват рынка
- ассортимент
- местоположение
- складские запасы
- транспортировка

## Promotion

- реклама
- персональная продажа
- стимулирование сбыта
- связи с общественностью

# Комплекс маркетинга 7P

## Цена:

Какова оптимальная стоимость продажи товара?  
Какова ценность товара для потребителя?

## Место:

Как довести/доставить товар до конечного потребителя

## Процесс:

Как покупатель осуществляет выбор товара?

## Продукт:

Что необходимо рынку или целевой аудитории?



## Продвижение:

Каким способом информация о товаре компании будет распространяться на рынке?

## Физическое окружение:

Какие условия способствуют более эффективной реализации товара?

## Люди:

Кто имеет отношение к процессу купли-продажи товара?

# МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Маркетинговые исследования позволяют ответить на вопросы: что, кто, почему, когда и где?

“Что?” – это наш бренд или компания

“Кто?” – это наш покупатель

“Почему?” – это причина, по которой наш бренд должен быть востребован нашим покупателем

“Когда?” – это тот момент времени, та ситуация, в которой наш бренд понадобится нашему покупателю

“Где?” – это место, в котором наш товар нужен нашему покупателю

# Личностный SWOT-анализ

Ваши внутренние точки опоры

**И**  
**С**  
**П**  
**О**  
**Л**  
**Ь**  
**З**  
**У**  
**Е**  
**М**

**Ваши сильные стороны**

Образование, опыт  
Деловые качества  
Отдельные умения, навыки  
Ценности, способности  
«Я умею, могу, способен...»  
В чем Вы уверены в себе?  
На что Вы опираетесь  
внутри себя в трудных си-  
туациях?

**S**

**Ваши слабые стороны**

Что Вам трудно?  
В чем Вы недостаточно  
хорошо разбираетесь?  
Что вызывает у Вас диском-  
форт?  
Чем злоупотребляют другие  
люди в отношении Вас?  
Что Вы не любите  
делать?

**W**

**Р**  
**А**  
**З**  
**В**  
**И**  
**В**  
**А**  
**Е**  
**М**

Ваши внешние точки опоры

**Д**  
**Е**  
**Л**  
**А**  
**Е**  
**М**

**Ваши возможности**

Чему Вы можете и хотите  
научиться?  
На что у Вас есть силы,  
время, мотивация, средства?  
Что Вам доступно и зави-  
сит от Вас?  
Что может Вас усилить,  
если Вы этому уделили вни-  
мание?

**O**

**Что Вам пока недоступно**

Что Вам следовало бы сделать,  
чему уделить больше времени,  
но Вы не можете это сделать?  
Что вызывает беспокойство и  
Вам неподконтрольно?  
В чем у Вас нет контроля?

**Т**

**И**  
**С**  
**С**  
**Л**  
**Е**  
**Д**  
**У**  
**Е**  
**М**

# СОЗДАНИЕ СМЫСЛОВ



**АУТЕНТИЧНОСТЬ**

**=**

**ПОДЛИННОСТЬ**

