

«Маркетинг»



К.э.н., доц. Слепенкова Елена Михайловна



К.э.н., доц. Полинская Галина Андреевна



К.э.н., доц. Андреюк Денис Сергеевич



Асс. Ульянова Мария Евгеньевна



Какую фирму Вы выберете как акционеры?



Компании А и В – одинаковая валовая прибыль в течение последних пяти лет

Но А тратила на маркетинг гораздо больше В.
Рентабельность продаж А - ниже, чем в В

У А в три раза больше клиентов, чем у В.
Ежегодный отток клиентов в А гораздо ниже

Стоимость клиентской базы А в 4 раза выше, чем у В

Маркетинг?



- **Философия бизнеса:** покупатели определяют успех фирмы
- **Рыночная политика:** приобретение и удержание потребителей
- «Маркетинг и инновации обеспечивают результаты, а все остальное – это расходы» П.Друкер



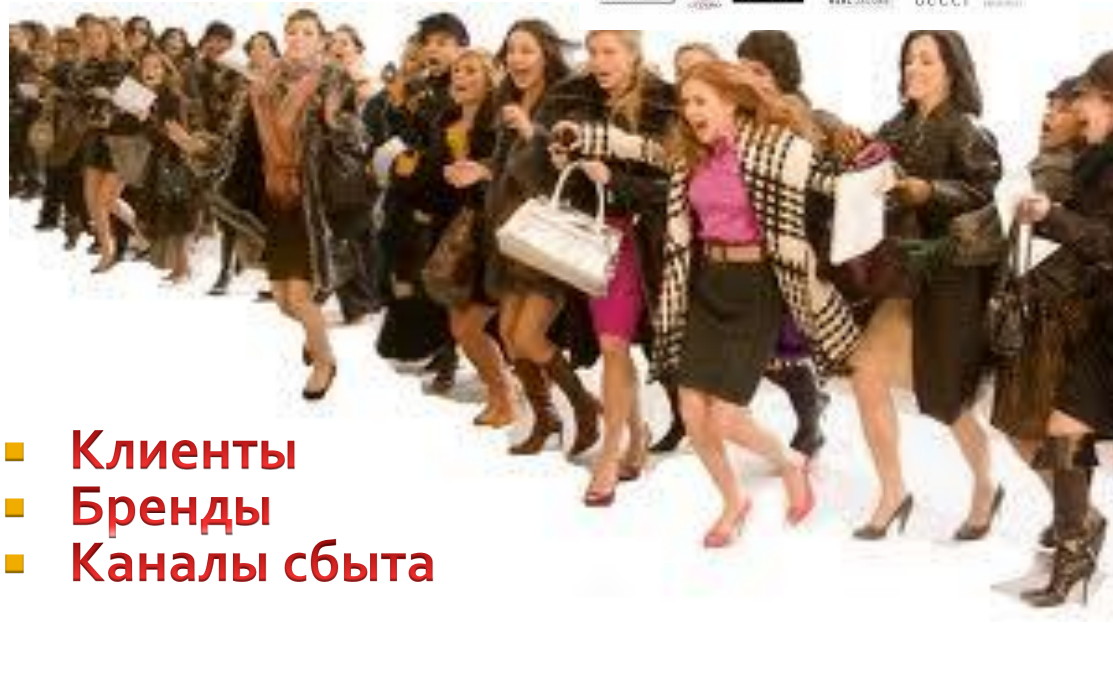
Comcast Cable CEO Neil Smit



Video

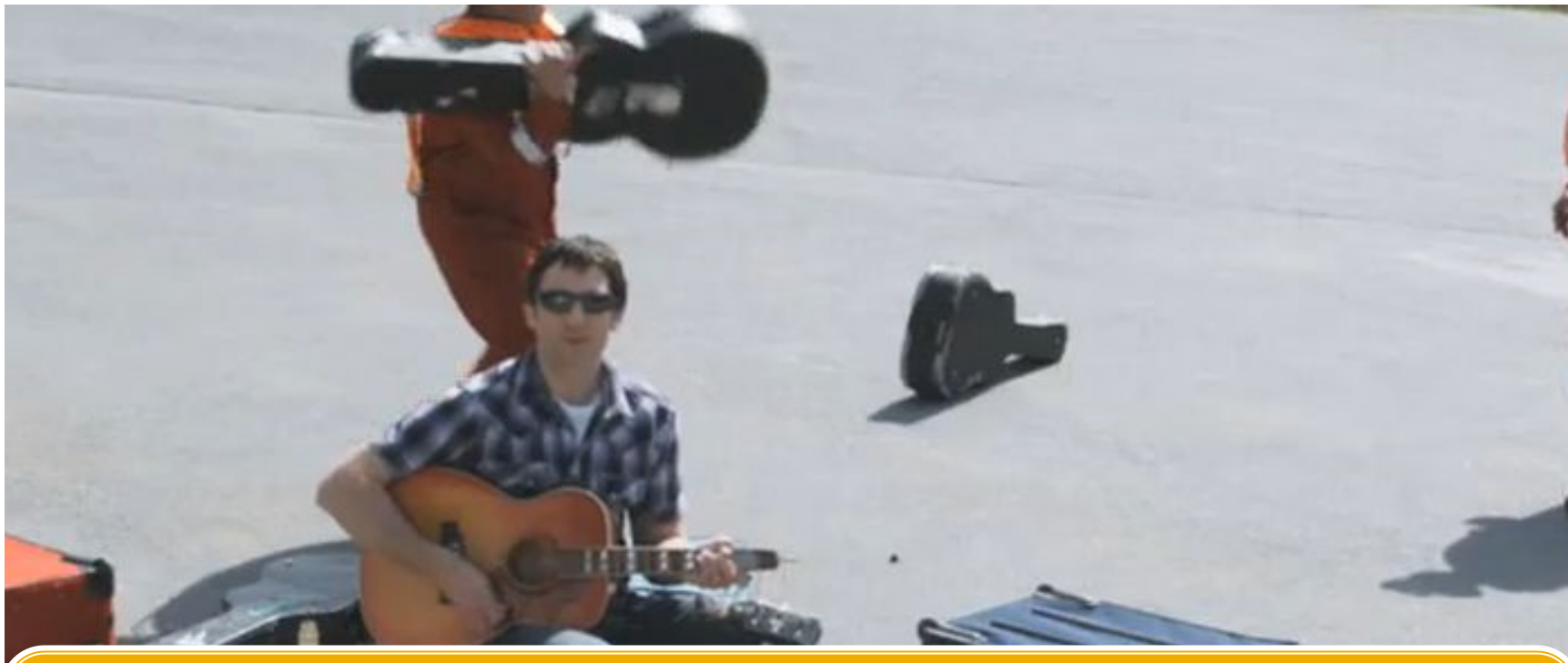
- my standard question has become, **“Where else can we find money to put into marketing?”**
- churn and retention were not in the vocabulary seven or eight years ago

Ключевые активы компании



- Клиенты
- Бренды
- Каналы сбыта

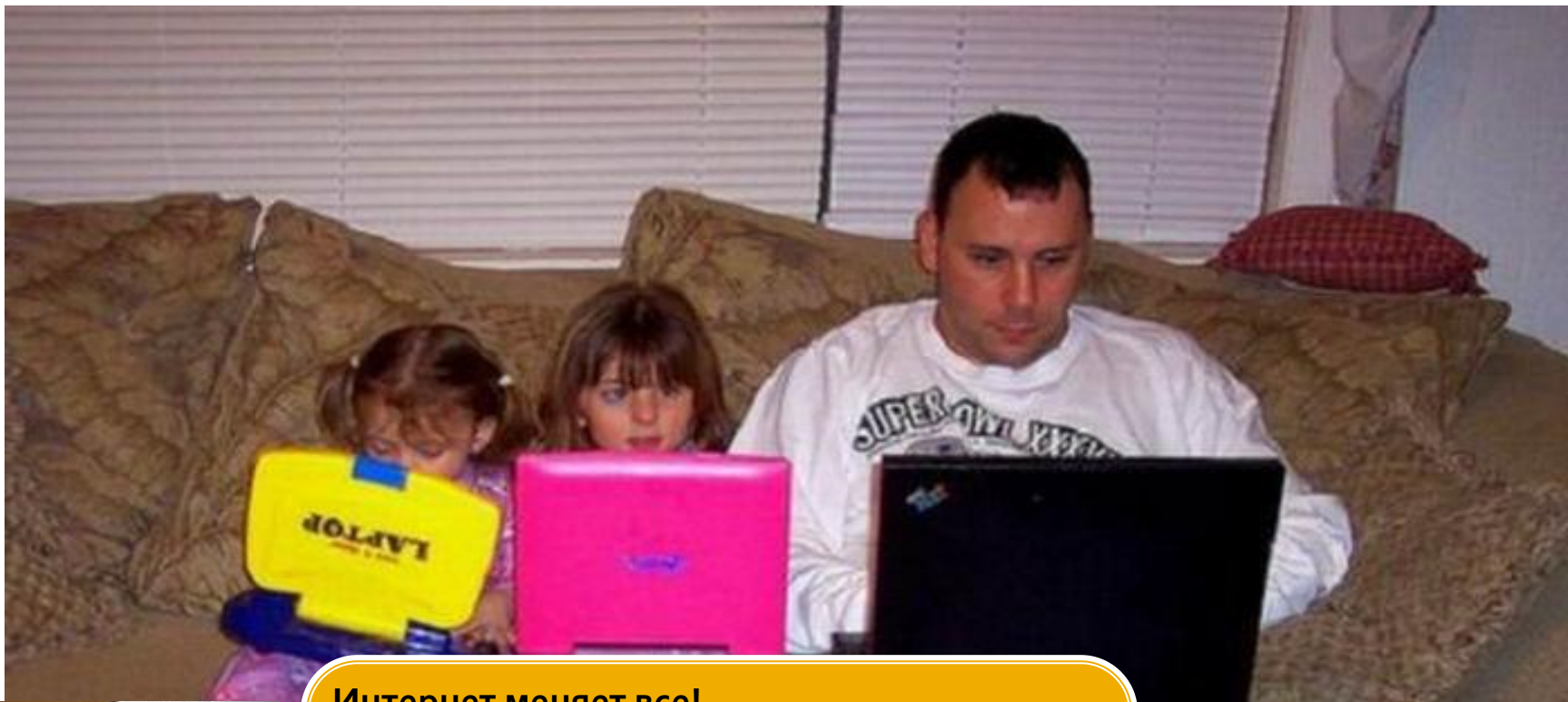
Власть – в руках клиентов



► **Dave Carroll: «United Breaks Guitars»** - на YouTube

► Акции **United Airlines** через две недели после запуска клипа в июле 2009 упали на 10% (\$180 млн) (17,7 млн. просмотров к ноябрю 2017)

«Joined-up marketing» - революция в маркетинге



Интернет меняет все!

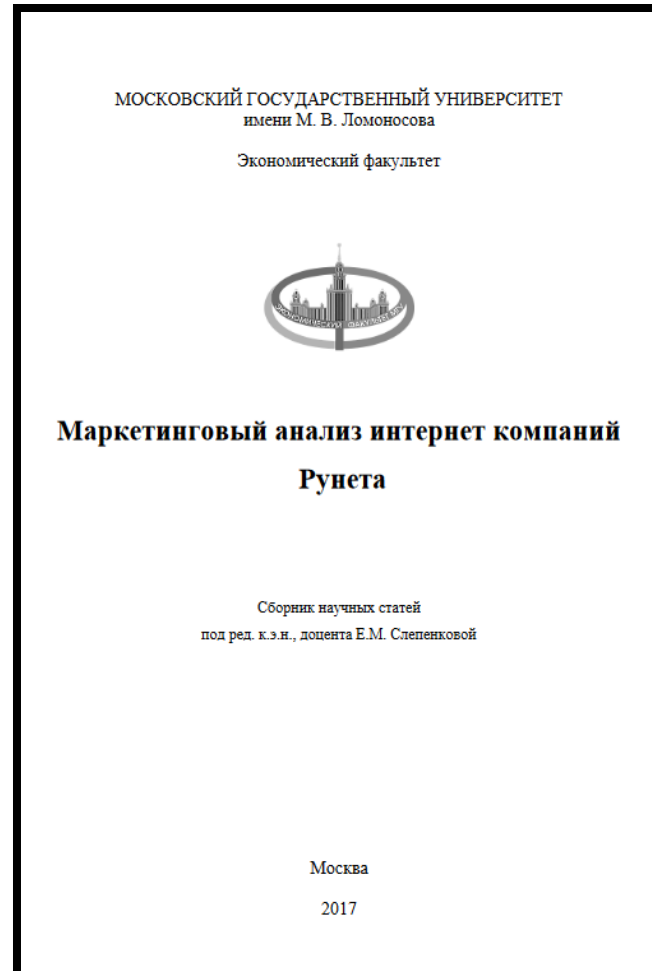
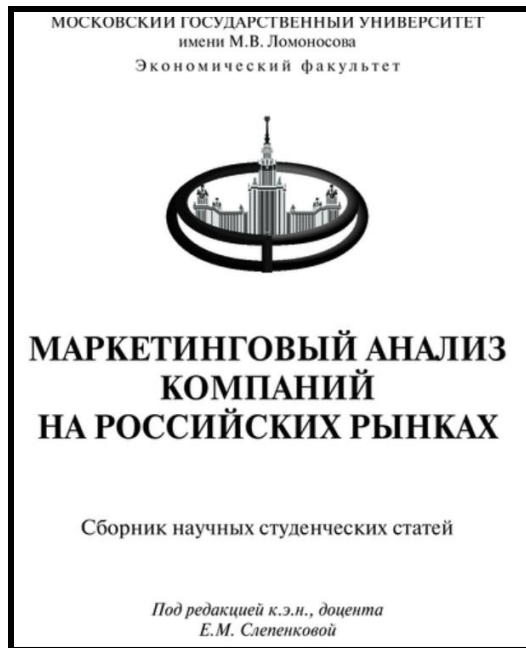
- Это не просто новый канал коммуникации
- Это – новый способ работы в области исследований, продуктовых инноваций, дистрибуции, ценообразования



Реклама – только малая верхушка
айсберга под названием «маркетинг»



Изучаем курс , выполняя групповые проекты



- Первый сборник студенческих исследований опубликован в 2016 г.
- Второй – в 2017 г.

Используем инновации в технологиях маркетинговых исследований



MAINSTREAM

Mobile Surveys



Online Communities



WIDE ADOPTION

Social Media Analytics



Text Analytics



Mobile Qualitative



Webcam-Based Interviews



Big Data Analytics



Eye Tracking



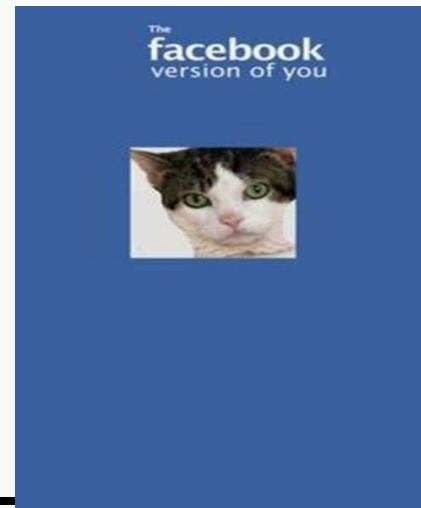
Micro-Surveys



Mobile Ethnography



- В ходе изучения курса проводим исследования с использованием интернет-сервисов маркетинговой аналитики



<https://www.greenbook.org/images/GRIT/2016>

Выполняем проекты по маркетинговому аудиту и стратегическому анализу



- 1. PEST-анализ



Анализ
ситуации

- 3.1. Основные конкуренты, доли рынка
- 3.2. Позиционирование
- 3.3. Прибыльность
- 3.4. Силы и слабости



Анализ
Конкурентов



- 2.1. Общий размер, рост, тенденции
- 2.2. Потребительские Сегменты

Анализ
Рынка

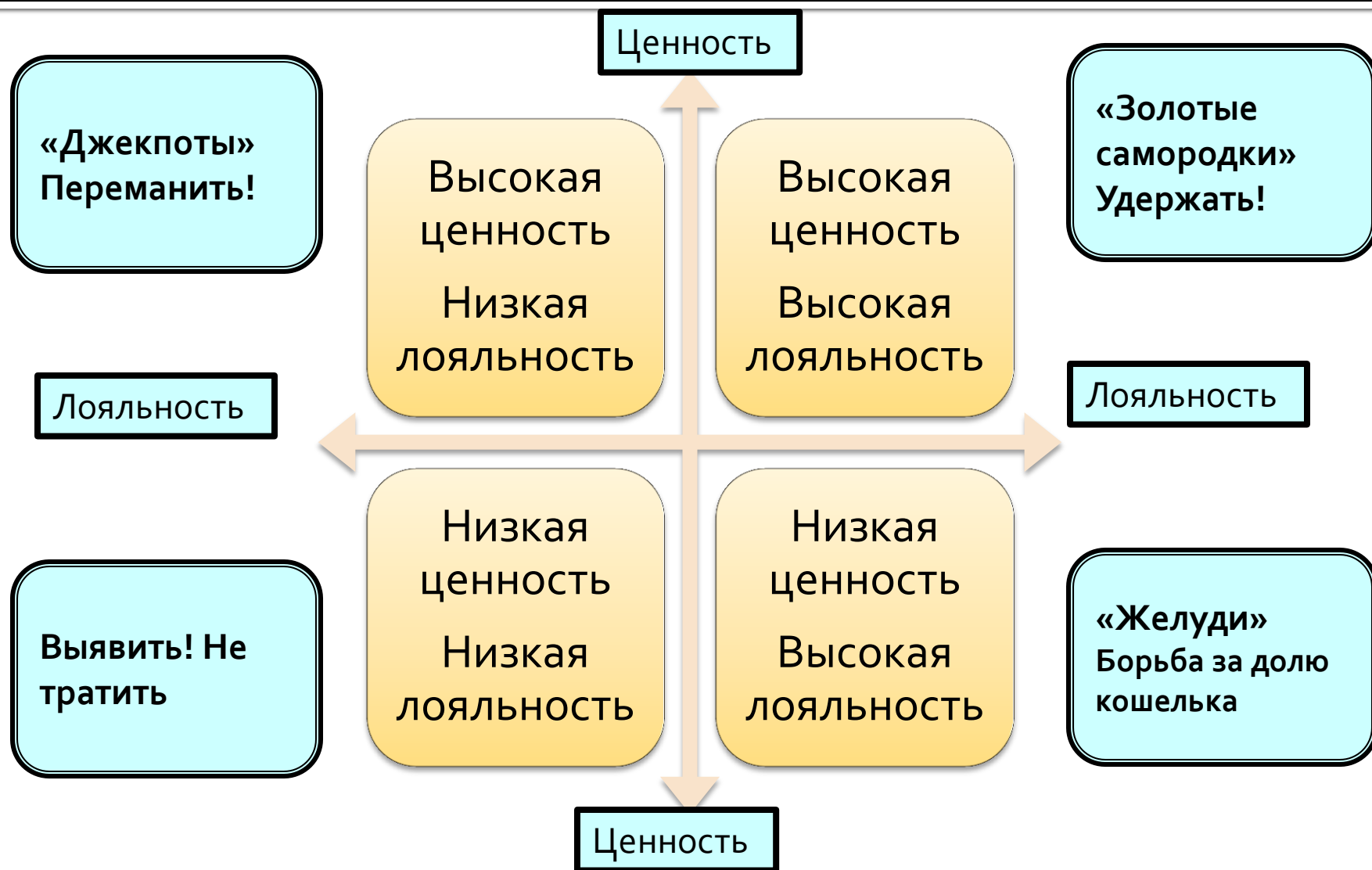


- 4.1. Показатели и цели
- 4.2. Маркетинг — микс
- 4.3. SWOT и портфельный анализ

Анализ
Компании



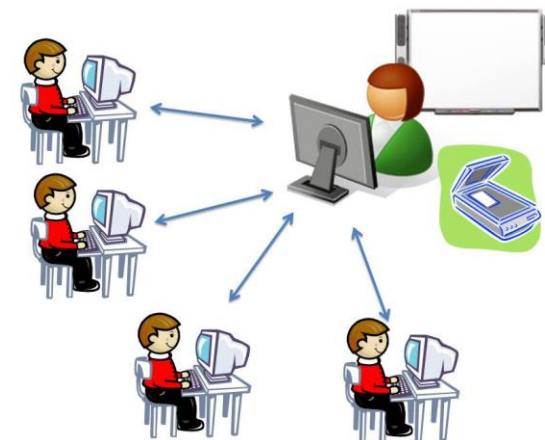
Пытаемся выделить сегменты



Проводим конкурентный анализ



Сайт	Среднее число посещений за месяц	Средняя продолжительность посещения сайта (мин:сек)	Сколько страниц в среднем просматривается за посещение	Показатель отказов (Bounce rate)
Ru.coursera.org	37070000	8:56	6,92	36,38%
4brain.ru	1192000	2:22	2,23	65,90%
Netology.ru	532288	3:12	5,10	53,50%
Zillion.net	74782	1:46	2,26	63,10%
Eduson.tv	34616	6:12	4,39	48,19%
Uniweb.ru	24758	6:48	5,47	32,08%
Freeonlinecourses.ru	19263	2:10	3.25	43.51%
Financetraining.ru	<5000	0:34		
Activelearn.ru	<5000	2:06		
Universality.com	<5000	2:29		



Исследование 2016 «Российский рынок дистанционного образования»

Кокина Е., Косякина А.,
Марченко Ю., Меньших Д.,
Пархоцик А.

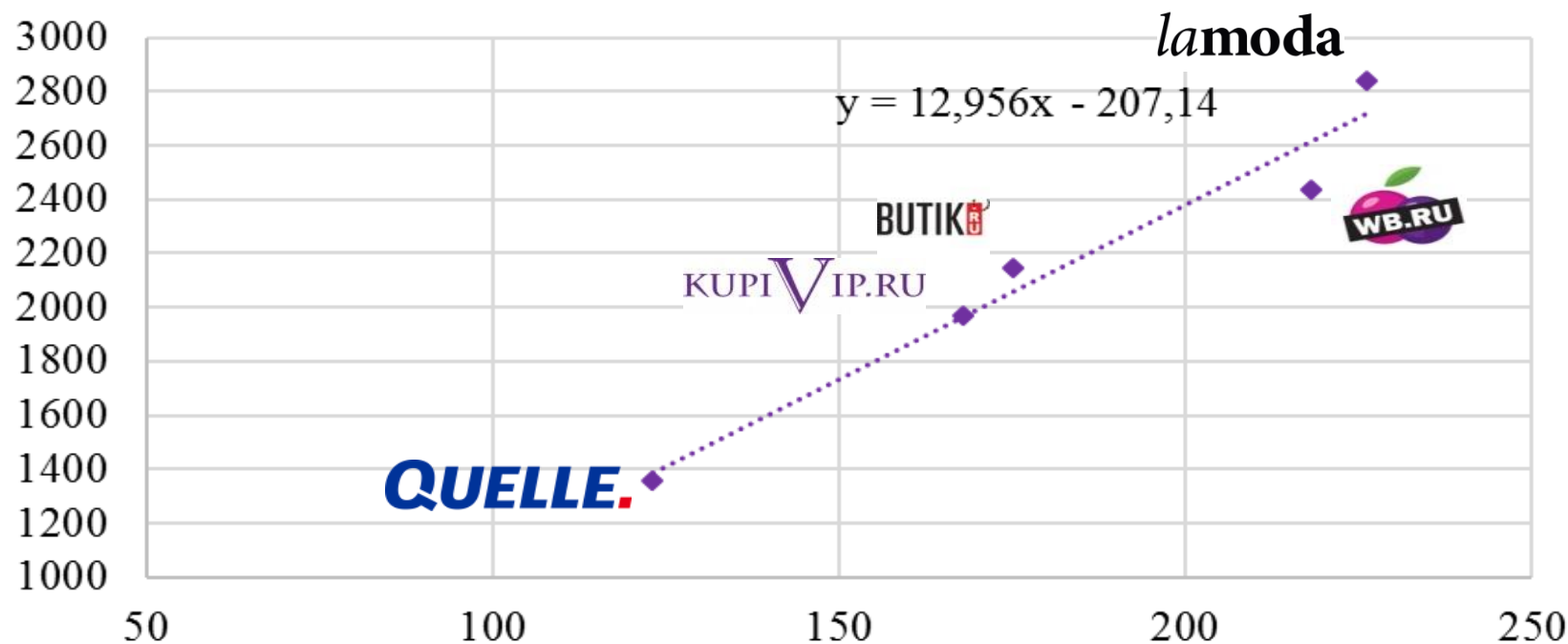
Данные получены с помощью
pro.similarweb.com, grader.com

Характеристика Сайт	Удобство использовани я	Удобство использовани я с мобильных устройств	Оптимальност ь сайта при органическом поиске	Безопасност ь	Всего
coursera.org	24	30	30	10	94
uniweb.ru	27	30	20	10	87
eduson.tv	17	30	25	10	82
activelearn.ru	22	30	25	0	77
netology.ru	12	30	25	10	77
zillion.net	24	30	0	10	64
4brain.ru	12	30	10	10	62
universality.com	17	30	0	0	47
freeonlinecourses.r u	14	0	25	0	39
financetraining.ru	22	0	15	0	37

Проводим анализ позиционирования



Карта ценности по всем сегментам



- Исследование 2016 «Российский рынок интернет торговли одеждой»
- Ложкина Евгения, Лученкова Александра, Малькова Анна

Анализ товарной политики



IKEA product portfolio

wordstat.yandex.ru; GoogleTrends

(10.11.2014 г.). Затонская Анастасия

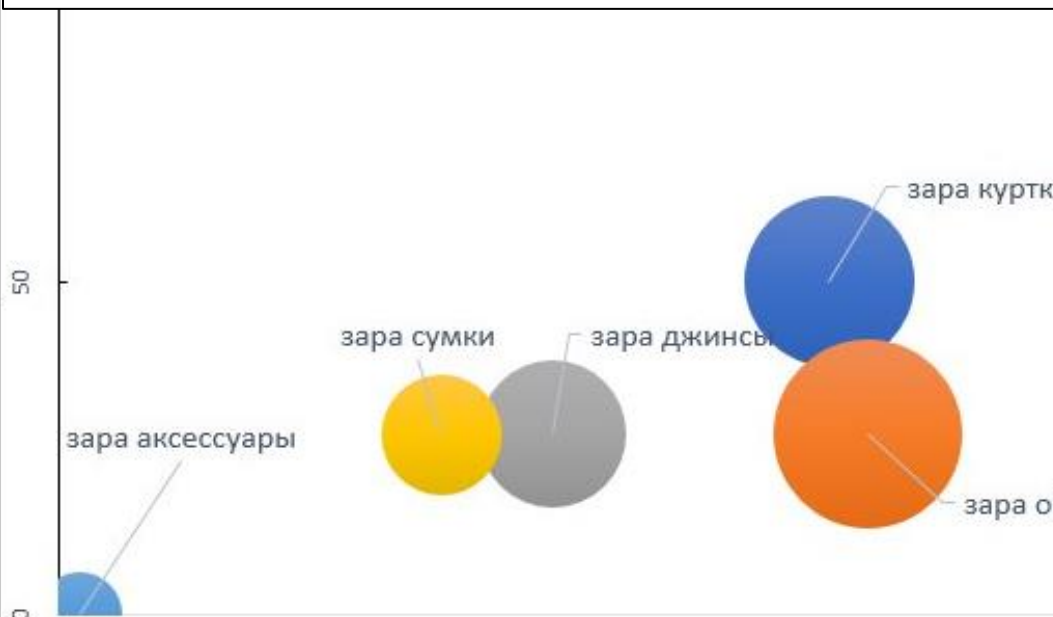
Доля упоминаний



емпы роста упоминаний

Высокий

Низкий



ZARA product portfolio

www.wordstat.yandex.ru (12.03.2017)

Арзуманова Екатерина

Анализируем методы рыночного ценообразования



1.

**Воспринимая
ценность
предложения**

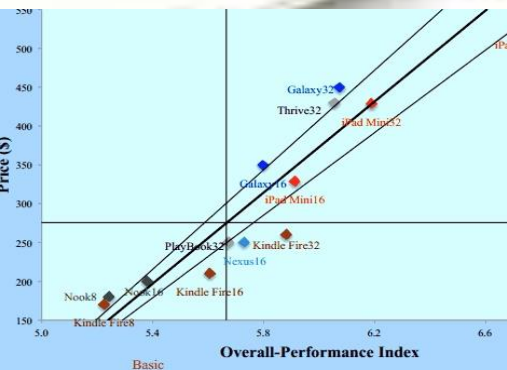
2.

**Оптимизация
стоимости
владения**

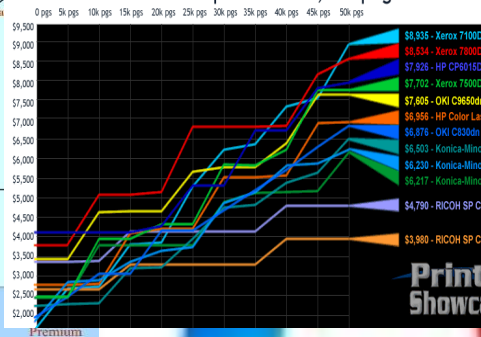
3.

**Кастомизация
ценообразования**

**4. Гибкое
динамическое
ценообразование**

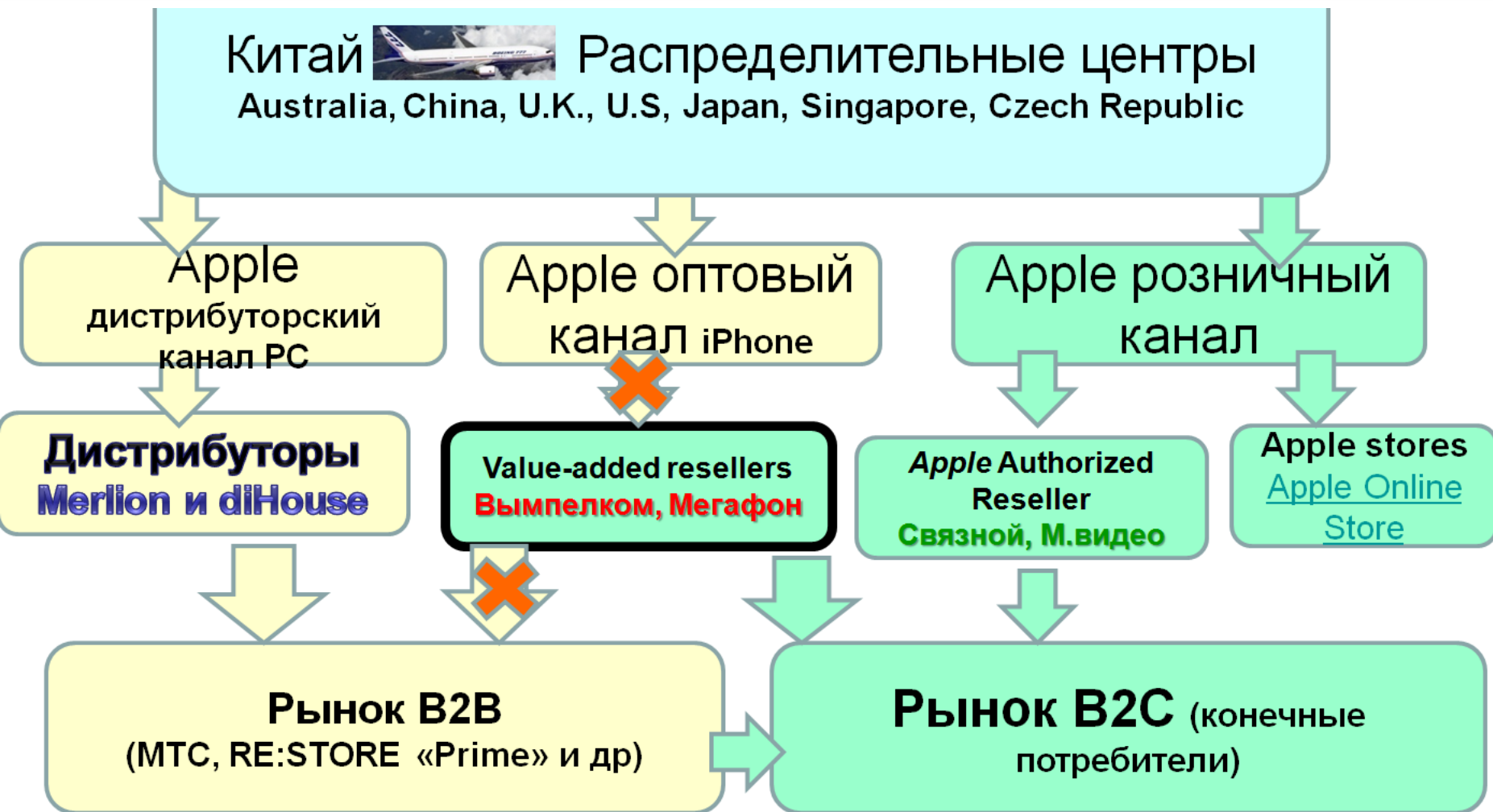


Total Cost of Ownership Chart - 50,000 pages



Hotwire.comSM
Fly. Sleep. Drive. Cheap.

Пытаемся понять сбытовую политику компаний



Исследуем проблемы взаимодействия онлайн и оффлайн каналов сбыта



		Продажи в мире
1	Wal-Mart	\$508,465,000
2	Kroger	\$103,033,000
3	Costco	\$111,530,000
4	The Home Depot	\$83,195,000
5	Walgreen	\$75,085,000
6	Target	\$74,564,000
7	CVS Caremark	\$69,132,000
8	Lowe's	\$56,203,000
9	Amazon.com	\$83,391,000
8	Safeway	\$36,330,000



Company:	E-commerce Sales (in U.S. millions):
1. Amazon.com	\$79,268
2. Wal-Mart Stores Inc.	\$13,484
3. Apple	\$12,000
4. Staples	\$10,700
5. Macy's	\$4,829
6. The Home Depot	\$4,267
7. Best Buy	\$3,780
8. QVC	\$3,722
9. Costco Wholesale	\$3,618
10. Nordstrom	\$2,699
11. Target	\$2,524



Анализируем политику продвижения компаний



Результаты



Вы получаете не просто оценку в зачетку, но и опыт осуществления самостоятельного исследовательского проекта с получением оригинальных результатов

ВАМ БУДЕТ ИНТЕРЕСНО

Самостоятельные, оригинальные результаты – это возможность публикации. Исследования в интернете – это опыт. Теория «выучится» сама по ходу работы

ВАМ БУДЕТ ПОЛЕЗНО

Оценка (максимальное число баллов 200) формируется исходя из:

- Оценки за итоговый проект по исследованию выбранной компании
- Оценок за 2 промежуточных теста
- Оценки на устном экзамене

Программа курса

- 1. Эволюция и сущность концепции маркетинга
- 2. Трансформация маркетинга в цифровой экономике
- 3. Маркетинговые исследования (2 лекции)
- 4. Стратегический маркетинг
- 5. Сегментация рынка и клиентской базы
- 6. Прогнозирование спроса
- 7. Конкурентный анализ и позиционирование
- 8. Портфельный анализ и составление маркетингового плана
- 9. Инновационная и товарная политика компании
- 10. Управление брендом компании
- 11. Ценовая политика компания
- 12. Методы ценообразования
- 13. Система сбыта компании
- 14. Комплекс маркетинговых коммуникаций компании
- 15. Контент-маркетинг и маркетинг в социальных сетях
- 16. Результативность маркетинга и ее измерение