

«Маркетинг»



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

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

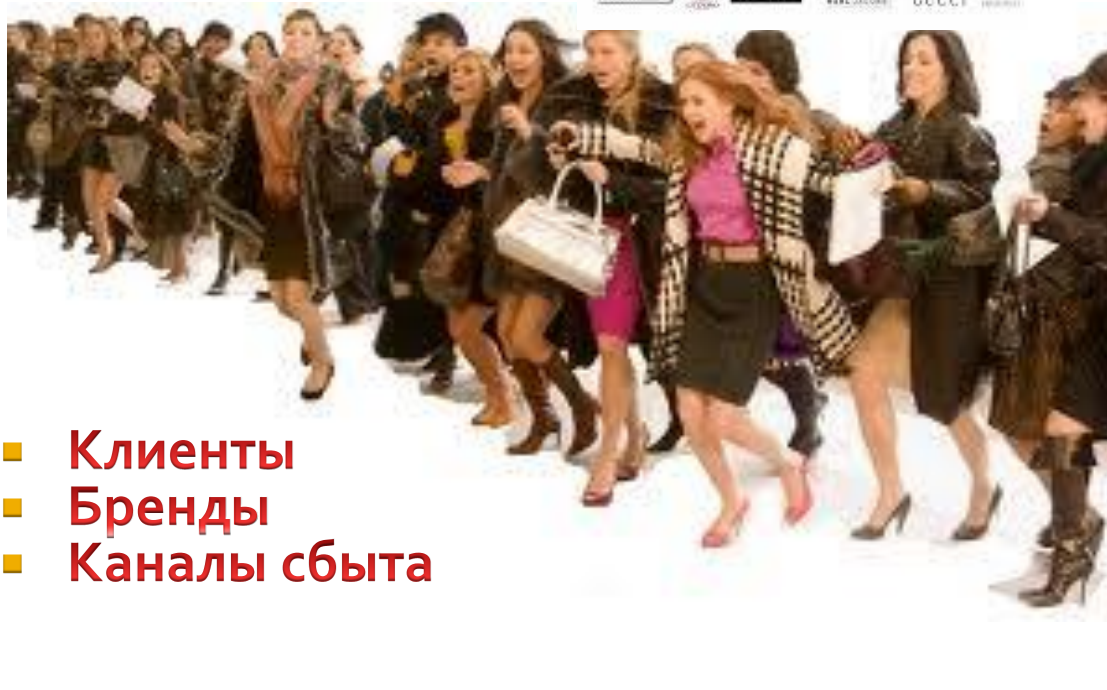


Video

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% (потери \$180 млн)

Процесс создания и предоставления ценности рынку

Стратегический маркетинг

Выбор конкретного вида ценности:

1. Сегментация
2. Выбор сегмента
3. Позиционирование ценности

Тактический маркетинг (разработка программы маркетинговых мероприятий)

Предоставление ценности:

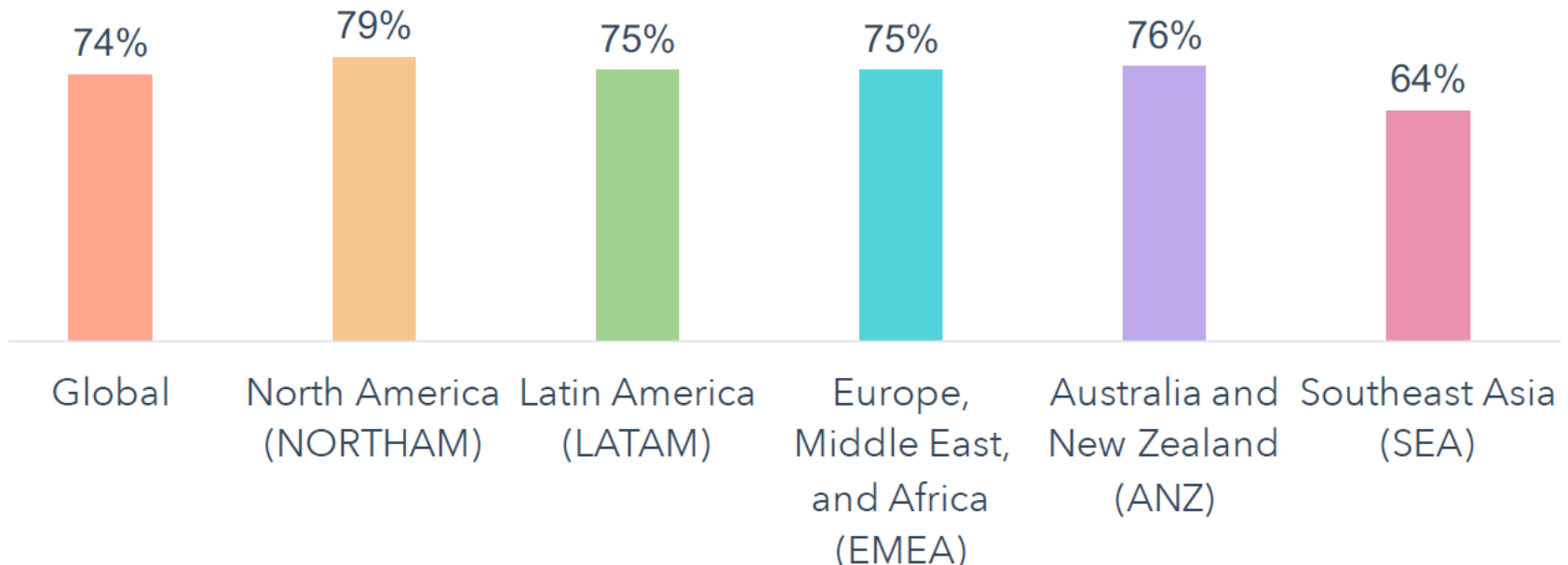
1. Разработка характеристик продукта
2. Ценообразование
3. Производство
4. Сбыт и обслуживание

Передача ценности:

1. Организация продаж
2. Стимулирование сбыта
3. Установление коммуникаций

Изменение модели маркетинга

Ваш основной подход к маркетингу?
– «Inbound» – входящий маркетинг



Hubspot: State of Inbound 2018 - онлайн опрос 6 200 респондентов из 99 стран (март 2018)

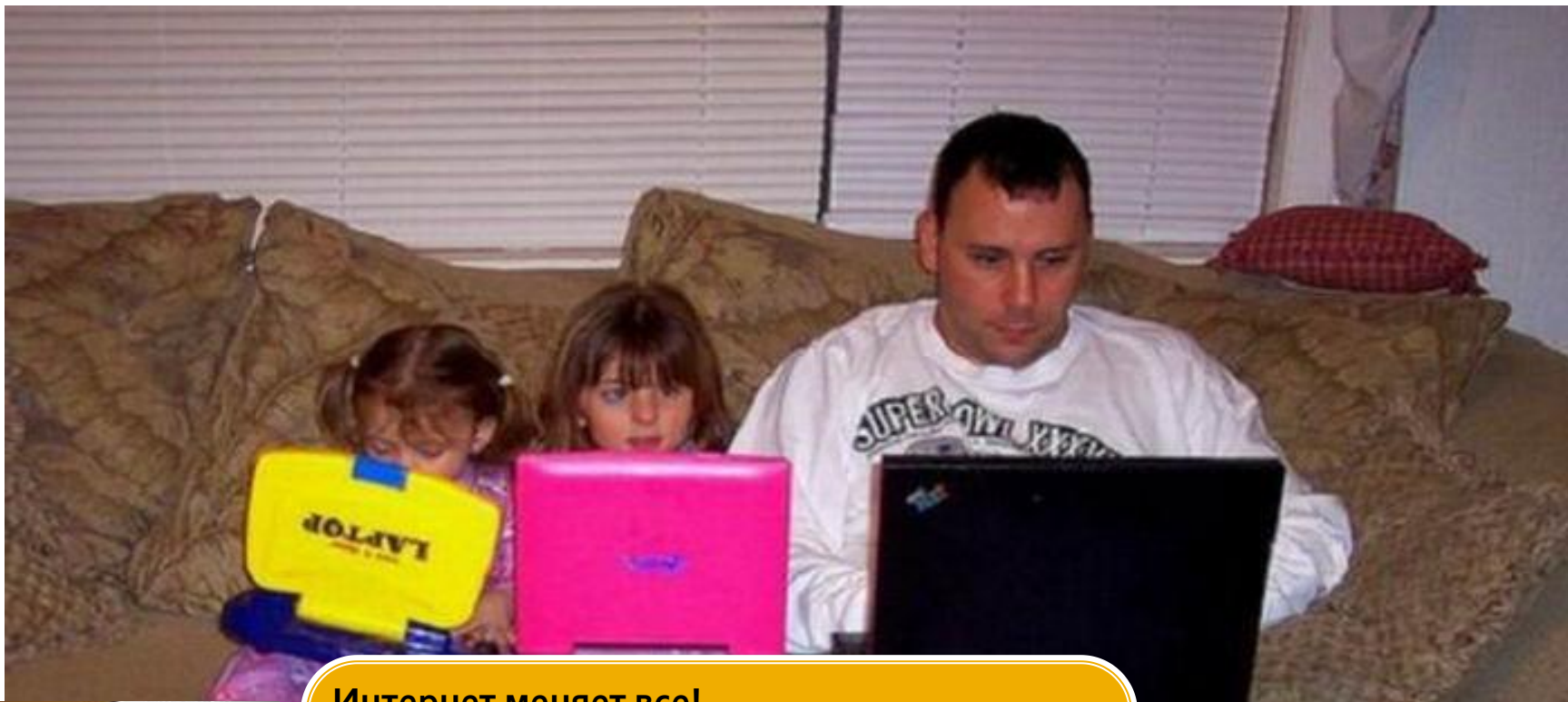
Реклама более не является адекватным инструментом продвижения в интернете



Функции маркетинга в интернете



«Joined-up marketing» - революция в маркетинге

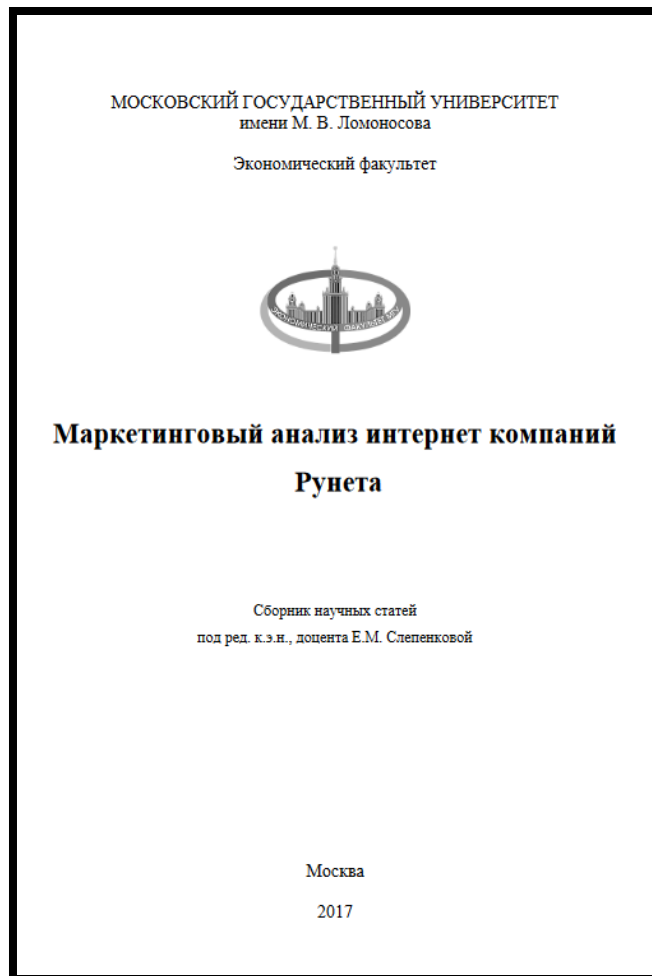


Интернет меняет все!

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



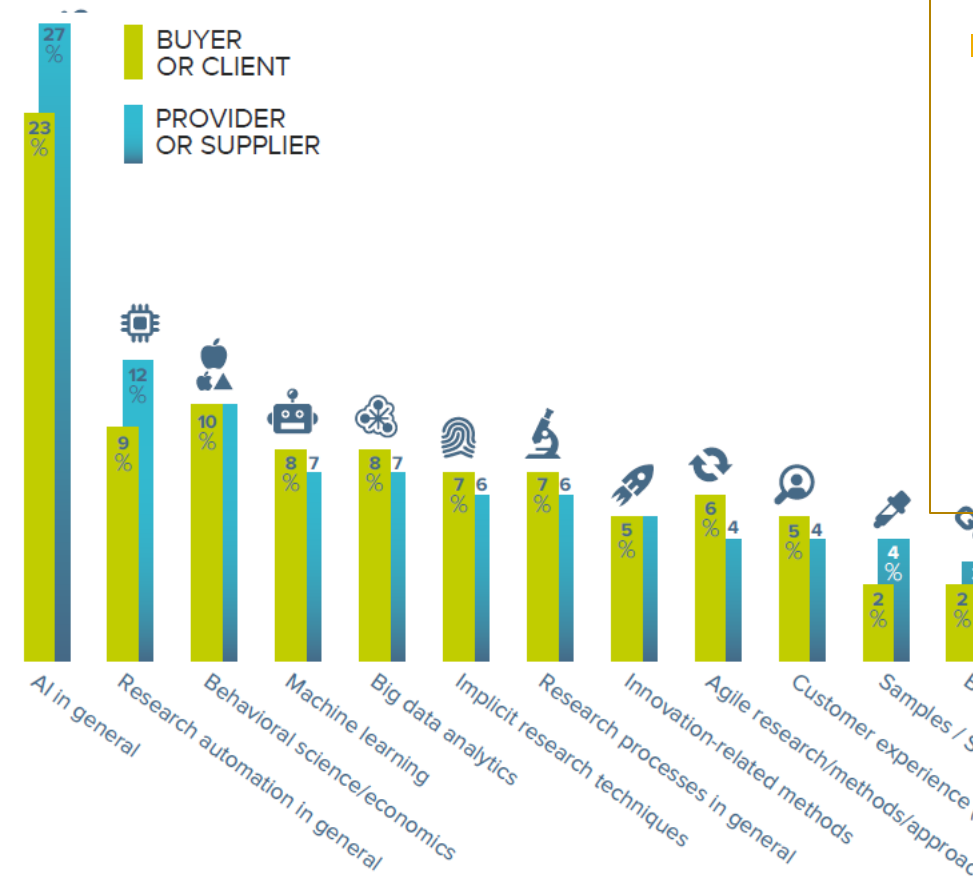
Изучаем курс , выполняя групповые проекты



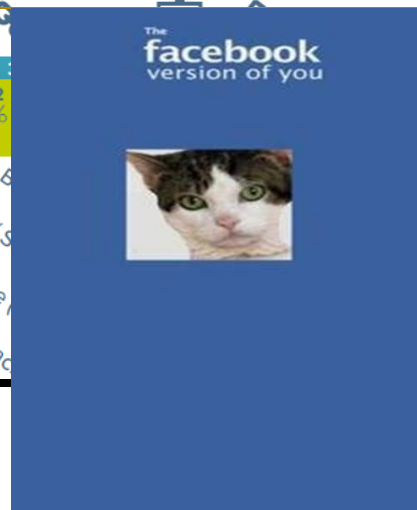
- Первый сборник студенческих исследований опубликован в 2016 г.
- Второй – в 2017 г.
- Третий – в 2018 г.

Посмотреть: <https://marketing.econ.msu.ru/staff/slepenkova/>

Используем инновации в технологиях маркетинговых исследований



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



Обсуждаемые исследовательские методики:
<https://www.greenbook.org/GRIT/2019>

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

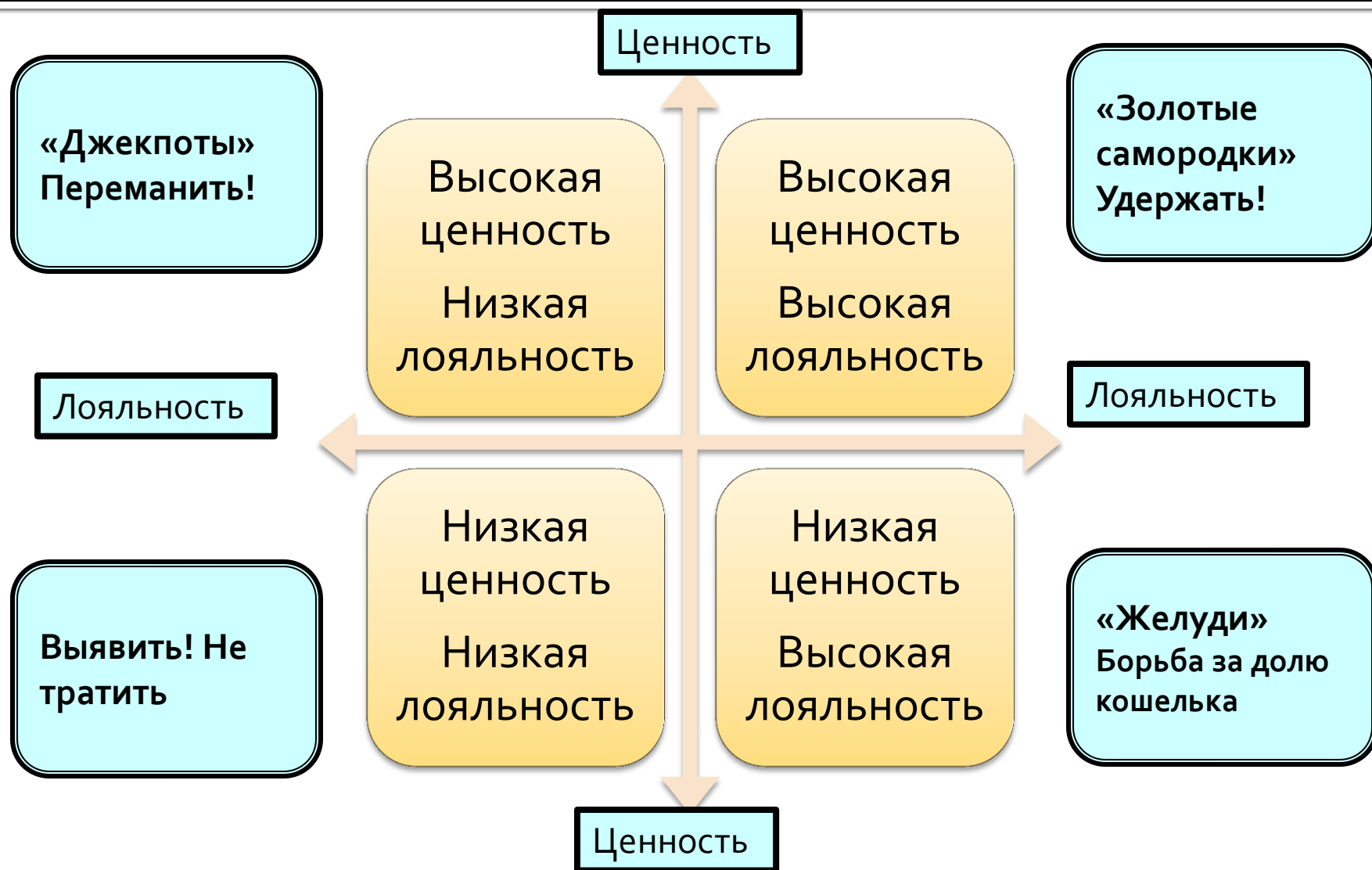


- 4.1. Показатели и цели
- 4.2. Маркетинг — микс
- 4.3. SWOT и портфельный анализ

Анализ
Компании



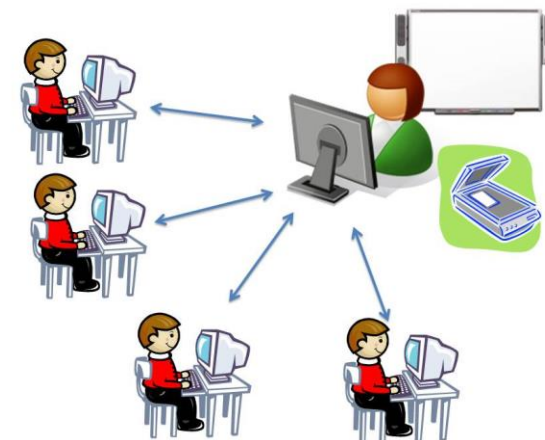
Пытаемся выделить сегменты



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.

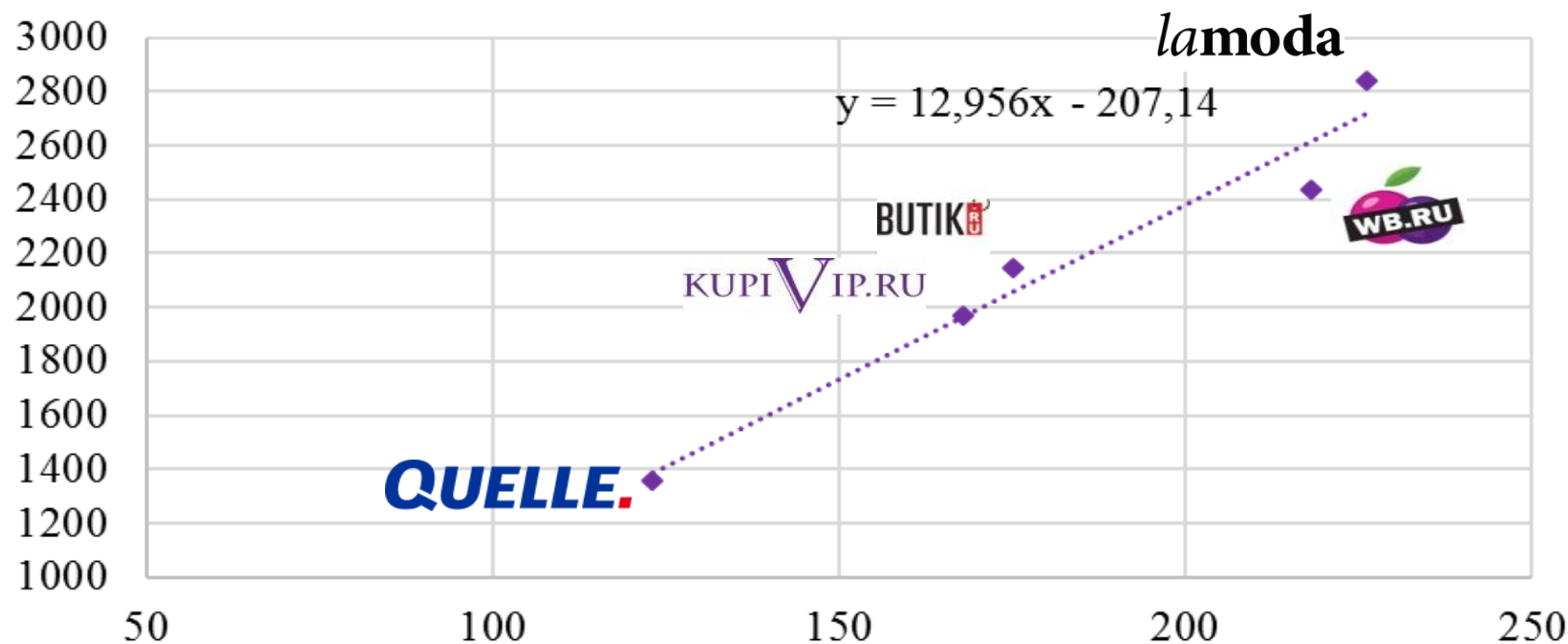
Данные получены с помощью
pro.similarweb.com, grader.com

Характеристика Сайт	Удобство использования	Удобство использования с мобильных устройств	Оптимальность сайта при органическом поиске	Безопасность	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.ru	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



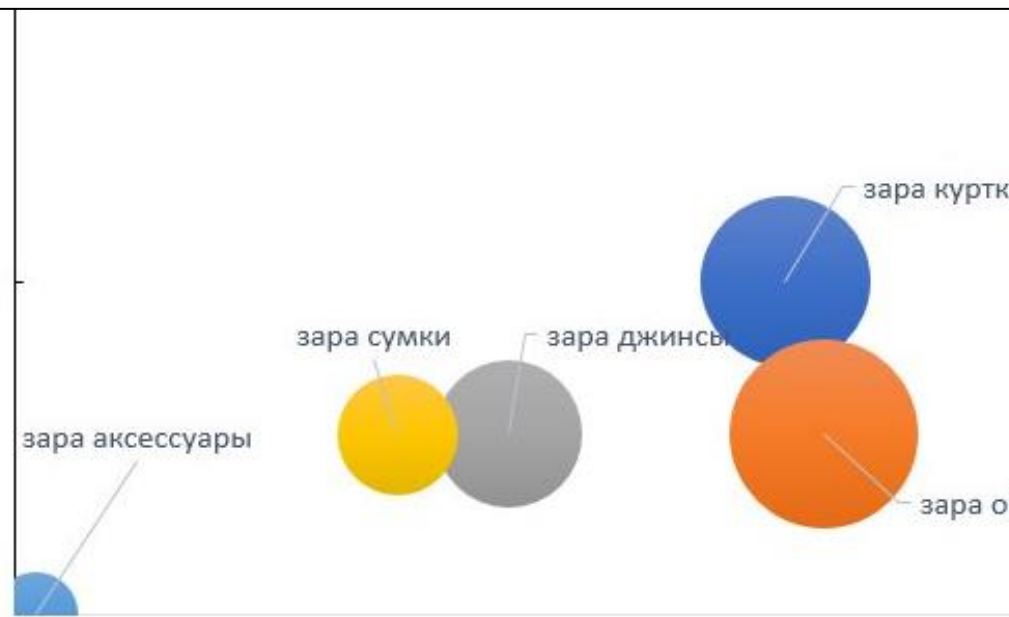
темпы роста упоминаний

Высокий

Низкий

50

0

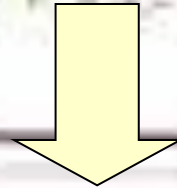


ZARA product portfolio

www.wordstat.yandex.ru (12.03.2017)

Арзуманова Екатерина

Анализируем методы рыночного ценообразования



1.

**Восприним
аемая
ценность
предложен
ия**

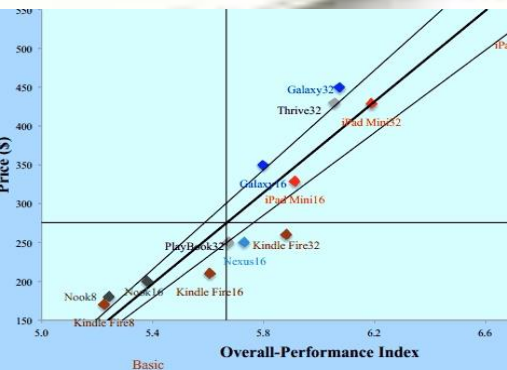
2.

**Оптимизац
ия
стоимости
владения**

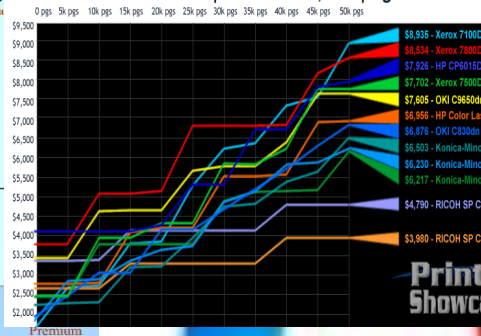
3.

**Кастомиза
ция
ценообраз
ования**

**4. Гибкое
динамичес
кое
ценообраз
ование**

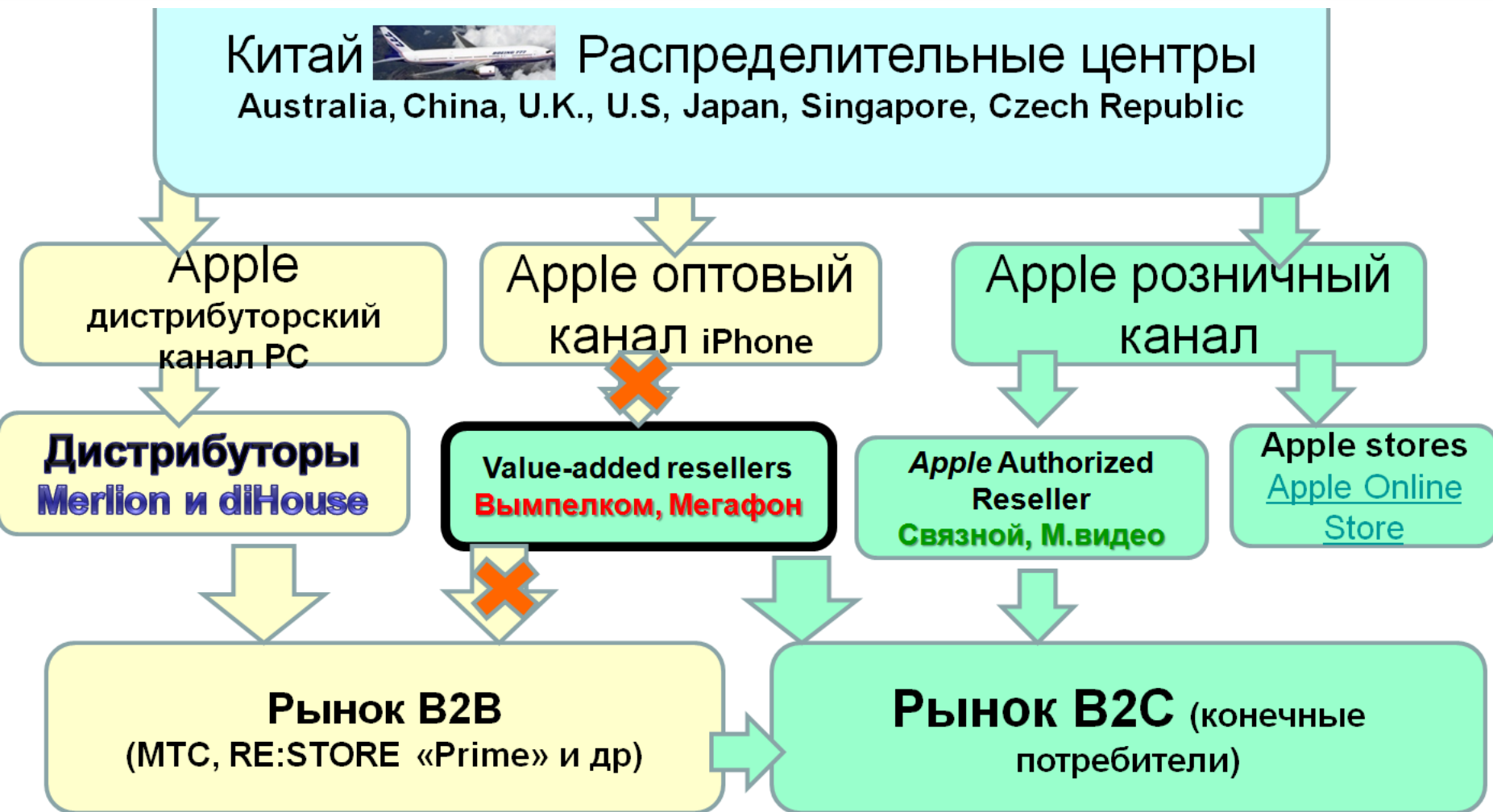


Total Cost of Ownership Chart - 50,000 pages



Hotwire.com SM
Fly. Sleep. Drive. Cheap.

Пытаемся понять сбытовую политику компаний



Исследуем проблемы взаимодействия онлайн и оффлайн каналов сбыта



Walmart	\$387.66
Amazon.com	\$120.93
The Kroger Co.	\$119.70
Costco	\$101.43
Walgreens Boots Alliance	\$98.39
The Home Depot	\$97.27
CVS Health Corporation	\$83.79
Target	74.48



Top 10 US Companies, Ranked by Retail Ecommerce Sales Share, 2019

% of total US retail ecommerce sales

1. Amazon

47.0

2. eBay

6.1%

3. Walmart

4.6%

4. Apple

3.8%

5. The Home Depot

1.7%

6. Costco

1.3%

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
- 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