ФОНД „УБЕЖИЩЕ, МИГРАЦИЯ И ИНТЕГРАЦИЯ“

Обучение в тематично-ориентиран семинар на тема „Да продаваме успешно през социалните мрежи“

Място и дата на провеждане: 12 и 13 септември 2020 г., гр. Поморие, Република България

Реализиран в рамките на проект № BG65AMNP001-2.005-0002 "*Заедно в борбата срещу предразсъдъците и стереотипите - заетост и предприемачество на ГТД*", Дейност 3, Под-дейност 3.2., финансиран съгласно договореностите между ФОНДАЦИЯ „ПРОДЖЕКТА“, в качеството на Бенефициент и ДИРЕКЦИЯ „МЕЖДУНАРОДНИ ПРОЕКТИ” - МИНИСТЕРСТВО НА ВЪТРЕШНИТЕ РАБОТИ, в качеството на Отговорен орган по Договор за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ №: 812108-27 от 27.05.2019 г. по Фонд "Убежище, миграция и интеграция" 2014-2020 г., съфинансиран от Европейския съюз.

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Фонд „Убежище, миграция и интеграция“, съфинансиран от Европейския съюз. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от Фондация „Продженкта“ и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Отговорния орган.

Да продаваме успешно през социалните мрежи

докторант Кристиян Маджуров



Що е то, Маркетинг ?

Що е то, Маркетинг?

Повечето хора като чуят думата маркетинг си представят едно от двете неща:

Продажби или Реклама







Маркетинг – дефиниция

- **Маркетингът** е съвкупността от действия, чрез които предприятие извлича изгода от пазара.
- Маркетингът е управление на печеливши взаимоотношения с клиентите.
- Широко възприето и общо определение го разглежда като откриване, снабдяване, задоволяване и задържане на потребители.
- "Бащата" на маркетинга професор Филип Котлър изказва категоричното си становище, че «Маркетингът е вид човешка дейност, насочена към удовлетворяване на нуждите и потребностите посредством размяна«
- *The process by which companies create value for customers and build strong customer relationships in order to capture value from customers in return.*

Същност и дефиниции

- **нужда** – усещане за липса на нещо, задача на маркетинга е да открие и идентифицира нуждите, както и да стимулира хората да ги задоволяват.
- **потребност** – осъзната нужда, задачи на маркетинга – точна характеристика на потребностите, да групира потребителите в сегменти (групи) съобразно техните потребности, да позиционира на пазара продуктите, които задоволяват определени потребности.
- **търсене** – проявява се като количество и асортимент, обект на изследване със статистически, математически и социологически методи.
- **продукт** – всичко онова, способно да задоволява потребност и представено на пазара, като трябва да носи полза/и.
- **обмен** – акт на получаване на желания обект срещу предлагане или нещо в замяна.
- **сделка** – прерастване на обмена в реална сделка, съгласие по цени, ценови отстъпки, количества, форми на доставки, плащане. Търговски обмен между две страни.
- **пазар** – съвкупност от съществуващите и потенциалните платежоспособни купувачи на продукта.

Макро-обкръжаваща среда

- **природна среда**
- **научно-техническа среда**
- **политическа среда**
- **икономическа среда**
- **демографска среда.**
- **културна среда**

Микро-обкръжаваща среда

Клиентите на индустриалния пазар

Доставчици

Маркетингови посредници.

Конкуренти

Контактни аудитории

Маркетинговият процес

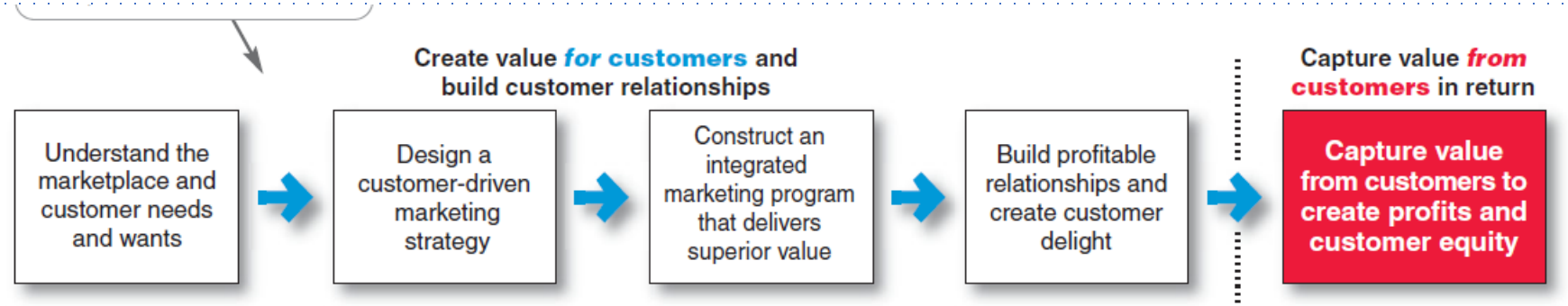


FIGURE | 1.1
A Simple Model of the Marketing Process

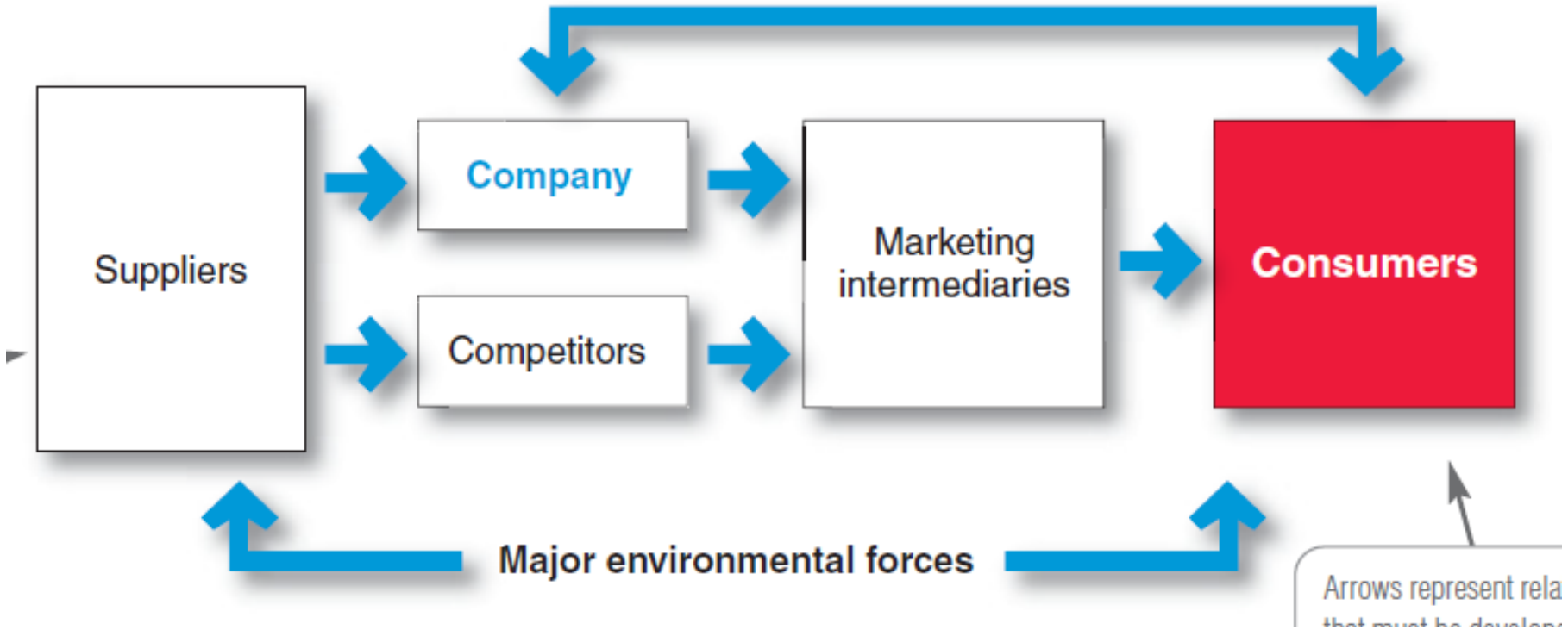
- Разбиране на пазара и нуждите и исканията на клиентите
- Съставяне на маркетингова стратегия насочена към клиента
- Създаване на вътрешна маркетингова програма за доставяне на висока стойност
- Изграждане на печеливша връзка с клиента

Разбиране на пазара и нуждите на клиента

- Нужди, искания и търсения на пазара от клиента
- Предложения на пазара (продукти, услуги и опит)
- Стойност и удовлетворение
- Размяна и връзка между субектите
- Пазари



Маркетингова система



Маркетингова стратегия

- Изграждане на взаимоотношения с клиентите
- Управление на взаимоотношенията с клиенти
- Стойност на клиента
- Real Marketing example: Ritz-Carlton hotels



REAL MARKETING – RITZ-CARLTON HOTELS









Маркетингов микс
Four P's

- Маркетинг микс / Marketing mix / е термин от маркетинга, предложен през 1960 година от Харвардския професор, Нейл Бордън, с който се обозначават поредицата от действия, които дадена фирма извършва, за да повлияе върху мнението и решението на потребителите така, че те да купят техните стоки или услуги.
  - Product (Продукт/Услуга)
  - Price (Цена)
  - Place (Дистрибуция)
  - Promotion (Реклама / Представяне)



Продукт / Product

- Продуктът или услугата като елемент на маркетинговия микс е всичко онова, което може да се предложи за задоволяване на нуждите и желанията на потребителите, представлява ценност за тях и е обект на размяна:



Цена / Price

- Цената е разходите, които потребителите плащат за даден продукт. Търговците трябва да обвържат цената с реалната и възприемана стойност на продукта, но също така трябва да вземат предвид разходите за доставка, сезонните отстъпки и цените на конкурентите.

Място / Place

- Когато дадена компания взема решения относно мястото, те се опитват да определят къде трябва да продават продукт и как да го доставят на пазара. Целта на бизнес мениджърите винаги е да представят своите продукти пред потребителите, които са най-склонни да ги купят.



Промоция / Promotion

- Промоцията включва реклама, връзки с обществеността и промоционална стратегия. Целта на популяризирането на даден продукт е да разкрие на потребителите защо се нуждае от него и защо трябва да плати определена цена за него.



Благодаря ви, за вниманието !

ФОНД „УБЕЖИЩЕ, МИГРАЦИЯ И ИНТЕГРАЦИЯ“

Обучение в тематично-ориентиран семинар на тема „Да продаваме успешно през социалните мрежи“

Място и дата на провеждане: 12 и 13 септември 2020 г., гр. Поморие, Република България

Реализиран в рамките на проект № BG65AMNP001-2.005-0002 "*Заедно в борбата срещу предразсъдъците и стереотипите - заетост и предприемачество на ГТД*", Дейност 3, Под-дейност 3.2., финансиран съгласно договореностите между ФОНДАЦИЯ „ПРОДЖЕКТА“, в качеството на Бенефициент и ДИРЕКЦИЯ „МЕЖДУНАРОДНИ ПРОЕКТИ” - МИНИСТЕРСТВО НА ВЪТРЕШНИТЕ РАБОТИ, в качеството на Отговорен орган по Договор за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ №: 812108-27 от 27.05.2019 г. по Фонд "Убежище, миграция и интеграция" 2014-2020 г., съфинансиран от Европейския съюз.

Този документ е създаден с финансовата подкрепа на Фонд „Убежище, миграция и интеграция“, съфинансиран от Европейския съюз. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от Фондация „Продженкта“ и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Отговорния орган.