

МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Кіяниця А.В., Благой В.В.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури,
м. Харків*

Власники бізнесу всюди визнають, що якщо вони хочуть заробляти гроші, їм доводиться продавати свої товари або послуги. Маркетинг пов'язаний з обміном товарами і послугами. Через своє середовище товари і послуги доставляються до місця споживання. Це задовольняє потреби клієнтів. Відносно обміну товарами і послугами робляться такі дії:

Пошук кращих каналів поширення. Розподіл - це рішення про те, як ви будете отримувати товари чи послуги, які хочете продати, людям, які хочуть їх купити. Ідея створення продукту - це прекрасно, але якщо ви не можете донести цей продукт до клієнтів, ви не будете заробляти гроші. Поширення може бути таким же простим, як створення магазину в тій частині міста, де знаходяться ваші цільові клієнти, - але у все більш взаємозалежному світі поширення частіше, ніж зараз, означає, що вам потрібно буде доставляти свої продукти або послуги клієнтам.

Фінансування підприємства. Потрібні гроші, щоб робити гроші. Як власник бізнесу, важливою функцією маркетингу продукту є пошук грошей за допомогою інвестицій, позик або вашого особистого капіталу для фінансування створення і реклами ваших товарів або послуг.

Збір і аналіз ринкової інформації є важливою функцією маркетингу. «Яка система дистрибуції їм подобається?». Вся відповідна інформація про споживача збирається і аналізується. На основі цього аналізу робляться зусилля, щоб з'ясувати, який продукт має кращі можливості на ринку.

Маркетингове планування: Щоб досягти цілей організації щодо її маркетингу, маркетинголог викладає свій маркетинговий план. Наприклад, компанія має 25% ринку певного продукту.

Проектування і розробка продукту: Проектування продукту грає важливу роль в продажі продукту. Компанія, чий продукт краще і з привабливим дизайном, продає більше, ніж продукт компанії, дизайн якої виявляється слабким і непривабливим.

Брендинг: Кожен виробник / продавець хоче, щоб його продукт мав особливу ідентичність на ринку. Щоб реалізувати своє бажання, він повинен дати назву своєму продукту, яке повинне відрізнитися від інших конкурентів. Присвоєння окремого імені свого продукту називається брендингом. Таким чином, мета брендингу полягає в тому, щоб показати, що продукція даної компанії відрізняється від продукції конкурентів, так що вона має свою індивідуальність.

Ціни на продукцію: Це найважливіша функція менеджера з маркетингу, щоб встановити ціну продукту. На ціну продукту впливають його вартість, норма прибутку, ціна конкуруючого продукту, політика уряду і т. Д Ціна продукту повинна бути встановлена таким чином, щоб вона не виглядала занадто високою, і при цьому У той же час він повинен заробити достатньо прибутку для організації.