

МАРКЕТИНГ-МИКС

Студенты гр. 11305120 Байдак О.А., Врублевская Т.Н.
Научный руководитель – ст. преподаватель Третьякова Е.С.
Белорусский национальный технический университет
Минск, Беларусь

Маркетинговый комплекс, или marketing- mix– это комплекс показателей, которые предприятие может использовать, чтобы вынудить потребителя покупать его продукцию [1].

Элементы классического marketing- mix(4P): Product – продукт, Price – цена, Promotion – продвижение, Place – место.

Product (продукт)- первая основная деталь, под которым понимают товар, услугу. На сегодняшний день торговая марка или бренд также считаются продуктом. В результате продукт - всё то, за что покупатель готов отдать деньги.

Price (цена) — это момент, от которого зависит и основной прибыль компании, и высокая реализация товаров на рынке.

Place (место) — под месторасположением подразумевается территория, оптовые склады, розничные точки и т.д., где можно купить продукт, а также логистическая схема, как продукт попадает в них. Правильный выбор места продажи способно оживить торговлю. Доступность для целевой аудитории служит гарантом спроса на продукт, увеличивает его узнаваемость. Именно от места продажи зависят способы продвижения товара.

Promotion (продвижение) — это методы, при помощи которых можно донести информацию до покупателя о продукции. Это необходимо, чтобы создать мнение у аудитории и повысить спрос на товары. Чтобы разработать стратегию, необходимо учитывать сезон и приемы конкурентов. В конце отсеивают неудачные варианты и оставляют только те, которые дадут результат.

Рост конкуренции вызвало развитие комплексного маркетинга: 5P, 6P, 7P, 8P, 12P.

Маркетинг 5P — более расширенная версия классической модели 4P, к которой добавляют новый компонент People — люди. Очень часто мнение людей влияет на принимаемые решения, которые позволяют получить ожидаемый результат [2].

Модель 6P состоит из 4P + Political Power (политическая власть) + Public Opinion Formation (формирование общественного мнения). Данную схему создал Ф.Котлер, который предполагал, что для выживания на рынке нужна поддержка регулирующих органов и людей, которые воздействуют на рынок [1].

Модель 7P- базовая модель + People (люди), Process (процесс) и Physical Evidence (физическое окружение).

Концепция 8P включает в себя: 4P+ Physical evidence (физические доказательства), Processes (процесс)+Partners (партнеры) +People (люди) [5].

12P- одна из последних моделей в marketing- mix. Концепция базируется на варианте 7P и дополняется компонентами Public relations (связи с общественностью) и Personal selling (личные продажа), Participation(вовлечение клиента), Program of loyalty (программа лояльности) и Politic of social responsibility (политика социальной ответственности) [2].

Применение маркетингового комплекса позволяет составить стратегию и план реализации продукции на рынке, а также первенство перед конкурентами. На данный момент существует большое количество моделей. С каждым годом появляется все больше моделей, но несмотря на это, все модели marketing-mix имеют основу 4P.

Литература

1. Концепция «Маркетинг-микс [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://postium.ru/koncepciya-marketing-miks/>. Дата доступа: 11.03.2023.

2. Что такое маркетинг-микс? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://reklamaplanet.ru/marketing/marketing-miks>. Дата доступа: 18.03.2023.

3. Что такое 4P в маркетинге? Понятие, примеры, элементы [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ardma.net/marketing/marketing-miks-4p/>. Дата доступа: 25.03.2023.

4. Digital-маркетинг по формуле 8P [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://netpeak.net/ru/blog/digital_marketing_8/

<https://www.unisender.com/ru/glossary/marketing-miks/>. Дата доступа: 06.04.2023.

5. Что такое концепция 8P и почему ее необходимо знать для развития своего дела? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://dzen.ru/media/getproff/что-такое-концепция-8p-i-pochemu-ee>–
Дата доступа: 12.04.2023.