

ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА

Эмиль Измайлов

ТЕМЫ ПЯТОГО ДНЯ 1 блок

ИЗ ЧЕГО СДЕЛАН МАРКЕТИНГ

Психологические аспекты
мотивации
Маржинальность ЦА
Функции маркетинга

Как мотивируется* потребитель

5 функций, на которых базируется дальнейшая стратегия

01

Основы М

Психологические аспекты мотивации

Психологические аспекты мотивации

ключевые аспекты

- Иерархия потребностей Маслоу

потребность в самоактуализации (личностном саморазвитии)

потребность в уважении и признании

социальные потребности

потребность в безопасности

физиологические потребности



Психологические аспекты мотивации



Эмоциональный аспект в принятии решений

Основы М

Маржинальность ЦА

Маржинальность

Маржинальность — это разница между доходами от продажи и затратами на производство и продаж товаров или услуг.

$$\text{Маржинальность} = \frac{\text{Выручка} - \text{Себестоимость}}{\text{Выручка}} \times 100\%$$

Пример: Допустим, интернет магазин получает доход от продаж товаров: 1 000 000 KZT
Переменные затраты (реклама, поддержка сервиса и т. д.): 400 000 KZT

Расчет:

$$\text{Маржинальность} = \left(\frac{1000000 - 400000}{1000000} \right) \times 100\% = 60\%$$

Это означает, что 60% дохода остается после вычета переменных затрат.

Маржинальность ЦА

это ключевой показатель, который позволяет компаниям оценить, насколько прибыльна конкретная группа клиентов.

Понимание этого показателя помогает оптимизировать маркетинговые стратегии, выделять целевые сегменты и повышать общую прибыльность бизнеса.

$$\text{Маржинальность ЦА} = \frac{\text{Доходы от ЦА} - \text{Затраты на ЦА}}{\text{Доходы от ЦА}} \times 100\%$$

Где:

Доходы от ЦА — сумма всех доходов от продаж, полученных от данной группы клиентов.

Затраты на ЦА — все расходы, связанные с привлечением, обслуживанием и поддержкой этой группы, включая маркетинговые расходы, затраты на обслуживание клиентов и т. д.

Маржинальность ЦА

Предположим, магазин одежды находит, что его целевая аудитория — молодые люди в возрасте от 18 до 25 лет.

Доходы от ЦА: За год магазин заработал 5,000,000 тенге на этой группе.

Затраты на ЦА: Включая рекламу, акции и затраты на персонал, составляют 3,000,000 тенге.

Расчет маржинальности ЦА:

$$\text{Маржинальность ЦА} = \frac{5\,000\,000 - 3\,000\,000}{5\,000\,000} \times 100\% = 40\%$$

Это означает, что 40% дохода остается в качестве прибыли.

Когда необходима маржинальность ЦА?



Сегментация
клиентов



Оптимизация
маркетинга



Оценка эффективности
кампаний



Планирование продукции

03

Оснoвы М

Функции маркетинга

Функции маркетинга



аналитическая



производственная



сбытовая



контролирующая



управленческая

Аналитическая функция:

1. исследование рынка в целом;
2. исследование потребителей;
3. изучение конкурентов;
4. анализ товарной структуры целевого рынка;
5. изучение внутрикорпоративной среды организации.



Производственная функция

1. налаживание выпуска новых продуктов, инновационные технологии;
2. материально-техническое снабжение производства;
3. управление качеством, повышение конкурентоспособности товаров.



Сбытовая функция



- формирование цепи товародвижения;
- обеспечение налаженного и доступного сервиса;
- система мер по стимулированию спроса и продаж;
- целенаправленная ассортиментная политика;
- целенаправленная ценовая политика.

Контролирующая функция



1. Контроль выполнения маркетингового плана;
2. Ситуационный анализ и текущий контроль;
3. Коррекция маркетинговой стратегии;
4. Ситуационный контроль взаимодействия маркетинга и объема продаж

Управленческая функция

1. Планирование и организация маркетинговой деятельности компании.
2. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности;
3. Управление коммуникациями и связи с общественностью;



Домашние задание

- Представьте, что вы создаете новый продукт или услугу. Опишите, какие уровни пирамиды Маслоу он будет закрывать и как именно. Подготовьте короткую презентацию с объяснением.
- Показать расчет Маржинальности на примере

Дэдлайн

28.03 до 18:00