

Очень кратко про...

КЛИЕНТО-МАРКЕТИНГ

Это маркетинг, ориентированный на Клиента и прибыль.

Это маркетинг по Питеру Друкеру.

НА ВОПРОС – Что такое маркетинг? – вы получите сотни ответов. Из них наиболее логичны и практичны для бизнеса будут представления Питера Друкера. Рассмотрим их.

Предназначение маркетинга: минимум усилий по продаже

Друкер: «Задача маркетинга состоит в том, чтобы свести к минимуму усилия по продажам» (*The aim of marketing is to make selling superfluous.*) Важно помнить, что маркетинг должен быть неразрывно **связан с продажей**. Иначе он бесполезен!

Как же можно свести к минимуму усилия по продаже? – Подготовив Клиента к покупке.

Задача маркетинга: подготовка Клиента к покупке

Друкер: «В идеале, маркетинг должен создавать готового к покупке потребителя» (*Ideally, marketing should result in a customer who is ready to buy.*) (Честно, без манипуляций!)

**Именно подготовкой Клиента к покупке
и должен заниматься маркетолог в первую очередь.**

Что именно на практике поможет маркетологу свести к минимуму усилия по продаже и подготовить к покупке Клиента? – Ему поможет правильное маркетинговое мировоззрение.

Мировоззрение маркетинга: на все смотреть только глазами Клиента

Друкер: «Маркетинг – это весь бизнес, рассматриваемый с точки зрения Клиента» (*Marketing is a whole business seen from the customer's point of view.*) Иначе говоря, основой клиенто-маркетинга является **клиентоориентированность**. Это часть маркетингового мышления.

ДАВАЙТЕ ПОПЫТАЕМСЯ, используя идеи Друкера, создать определение клиенто-маркетинга в более привычном виде. У нас получится:

Маркетинг – это умение
смотреть на все глазами Клиента,
для того, чтобы
подготовить Клиента к покупке,
для того, чтобы
**свести к минимуму усилия
по продаже...**

Я бы еще добавил: ... для того, чтобы
**получить максимальную прибыль
при минимальных затратах.**

Клиенто-маркетинг по Питеру Друкеру (маркетинг, ориентированный на Клиента и прибыль).

МАРКЕТИНГ – Его идеи просты. Его практика трудна, иногда О-ОЧЕНЬ трудна. **Это ремесло не для каждого!**

Рынок покупателя – предложение превышает спрос

Главный – это покупатель, Его Величество Клиент. Он занят собой, завален предложениями, устал от рекламы, вооружен Интернетом.

Часто: его потребности смутны; он не знает, как покупать (нет правильных критериев покупки); почти во всем он «чайник».

Нужно уметь продавать. К сожалению. Для этого...

Нужен маркетинг. К сожалению. Не от хорошей жизни.

Маркетинг (Питер Друкер) – это «весь бизнес, рассматриваемый с точки зрения Клиента»; его цель – «готовый к покупке Клиент». Критерий его оценки – **прибыль!** Маркетинг требует маркетингового мышления, творчества, трудолюбия и ответственности. Маркетинг – это «заточенные» решения. Его убийца – академический догматизм.

Рынок продавца – спрос превышает предложение

Главный – это продавец. О Клиенте можно не думать.

«Спрос сам бежит за предложением». (М. Жванецкий)

Важно не качество, а количество (план).

Купят почти всё, что предложат!

Главное – производить. Уметь продавать почти НЕ нужно.

Маркетологи НЕ нужны – это мечта бизнеса!

Анализ от покупки к продаже.

«Продажа» (убеждение с помощью продающей информации) происходит до продажи (транзакции).

Покупка – это оценка Клиентом информации из разных источников. **Ваша продажа** – это ваша продающая информация. Сделайте ее убедительнее, чем у конкурентов!

Клиент принимает решение о покупке (и разумом, и эмоциями!). Ему нужно помочь. **Как?** Это подскажет только грамотный маркетинговый аудит.

Маркетинговый аудит – это творческий анализ фирмы, ее продуктов, конкурентов и пр. с точки зрения Клиента. Это тщательный анализ самого Клиента.

Для чего покупает Клиент?



Как покупает Клиент?



Всё о типичном Клиенте.

Продающая информация для каждого сегмента. Ответы на типичные возражения Клиентов.



Сегменты и целевые аудитории.

Доведение продающей информации до Клиентов разных сегментов – маркетинговые коммуникации и/или обученные маркетологом продавцы.

Покупка состоялась. Если нужно, работа с Клиентом идет и после покупки: сервис, запчасти, расходные материалы, модернизация и пр.