

Тема 17. МАРКЕТИНГ



Завдання: поглибити знання, вміння та навички щодо:

- створення продукту/послуги;
- формування ціни;
- вибору каналів збуту;
- застосування способів просування.

Теоретичні питання:

- 1 Що таке маркетинг?
- 2 Маркетинг мікс як основа маркетингової стратегії.

Практичні завдання:

- 1 Групова робота 1: Дослідження клієнтів та ринку;
- 2 Групова робота 2. Розробка маркетингової стратегії для мінікомпанії;
- 3 Групова робота 3. План маркетингової діяльності;
- 4 Домашнє завдання: Створення профілю мінікомпанії в соціальних мережах;
- 5 Додаткове завдання: Створення веб-сайту для мінікомпанії.

Місце для нотаток лекційної частини.



Групова робота 1. Дослідження клієнтів та ринку

Мета: Дізнатися більше про своїх потенційних клієнтів, їхні вподобання, звички та очікування від продукту/послуги мінікомпанії.



Що потрібно зробити?

- 1 Працюємо у своїх мінікомпаніях;
- 2 Ознайомтеся з Інструкцією для створення анкети, яка розміщена у на платформі в темі “Маркетинг”;
- 3 Створіть анкету-опитувальник — набір із 15–20 запитань, які допоможуть вам дослідити:
 - потреби клієнтів;
 - цінову чутливість;
 - впізнаваність брендів;
 - поведінку при покупці;
 - канали комунікації.
- 4 Після складання питань — зачитайте їх перед групою / класом.



Місце для нотаток та чернетки запитань:

№	Питання анкети
1.	
2.	

3.

4.

5.

6.

7.

8.

9.

10.

11.

12.

13.

14.

15.



Домашнє завдання

1

Створіть анкету онлайн (наприклад, у Google Forms) або оформіть її у друкованому вигляді.

- 2 Опитайте щонайменше 50 респондентів
(чим більше — тим краще і надійніше результати!).
- 3 Наступного заняття ви презентуєте результати опитування вашій групі/класу. Подумайте:
 - Як ці дані вплинуть на ваш продукт?
 - Що можна вдосконалити?



Пам'ятай:

Успішний бізнес починається з розуміння клієнта!



Групова робота 2. Розробка маркетингової стратегії для мінікомпанії

Мета: Створити маркетингову стратегію для просування продукту або послуги вашої мінікомпанії на ринку.



Що потрібно зробити?

- 1 Продовжуйте працювати у своїх мінікомпаніях;
- 2 Визначте, що ви створюєте:
 - Продукт — тоді використовуйте модель маркетинг-міксу 4Р.
 - Послугу — тоді працюйте з розширеною моделлю 7Р.
- 3 Ознайомтеся із шаблонами;
- 4 Заповніть відповідну таблицю.



ПИТАННЯ МАРКЕТИНГ-МІКСУ ДЛЯ 4Р:

1. Продукт (Product):

№	Запитання:	Ваша відповідь:
1.	Що клієнт хоче отримати від товару / послуги? Які потреби даний товар задовольняє?	
2.	Якими особливостями товар повинен володіти, щоб задовольнити ці потреби?	
3.	Чи володіє ваш товар такими особливостями, на які споживач не буде звертати увагу?	
4.	Як і де споживачі будуть використовувати товар чи послугу?	
5.	На що товар або послуга схожі? Як люди можуть «спробувати» їх?	
6.	Якого розміру, кольору, тощо, товар повинен бути?	
7.	Як товар буде називатися?	
8.	Як позиціонувати товар?	
9.	Чим ваш товар або послуга будуть відрізнятися від товару або послуги ваших конкурентів?	

2. Місце продажу (Place):

1.

Де споживачі шукають або купують ваш продукт або послугу?

2.

Якщо вони купують у магазинах, то в яких? У магазинах роздрібної торгівлі або в супермаркетах, або в іншому місці? Або онлайн, по Інтернету? Або по каталогам і проспектам?

3.

За допомогою яких каналів розподілу найкраще просувати ваш товар?

4.

Чи потрібно вам вже використовувати реальні продажі? Або поки варто відвідати торгові виставки? Або використовувати онлайн продажі? Або відправити зразки каталогів торговельним компаніям?

5.

Як працюють на ринку ваші конкуренти? І що ви можете взяти корисного з їх досвіду?

3. Ціна (Price):

1.

Яка прийнятна вартість товару або послуги для покупця?

2.

Чи існують фіксовані ціни на товари або послуги в цій галузі?

3.	Чи споживач чутливий до ціни? Чи відбудеться збільшення вашої частки ринку при невеликому зниженні ціни? Як вам завоювати нову частку ринку і отримати додатковий прибуток?	
4.	Які ваші ціни в порівнянні з цінами ваших конкурентів?	
5.	Які знижки ви можете запропонувати посередникам або споживачам?	

4. Просування (Promotion):

1.	За допомогою яких інструментів просування ваших меседжів про новий товар або послугу краще доставляються до цільової аудиторії?	
2.	Чи дійде ваш меседж до цільової аудиторії за допомогою реклами в пресі або на телебаченні? При використанні розсилки повідомлень на електронну пошту? За допомогою піару? В інтернеті?	
3.	Коли найкраще просувати товар? Чи є сезонність на ринку?	
4.	Як ваші конкуренти просувають свої товари і послуги на ринку? І як це впливає на вибір рекламної діяльності?	



ПИТАННЯ МАРКЕТИНГ-МІКСУ ДЛЯ 7Р:

5. Люди (People)

Під терміном "People" маються на увазі люди, які здатні вплинути на сприйняття Вашого товару в очах цільового ринку

№	Запитання:	Ваша відповідь:
1.	Опишіть працівників, що представляють компанію і товар?	
2.	Який у Вас торговий персонал, який контактує з цільовим споживачем?	
3.	Хто є виробниками, які можуть вплинути на вартість і якість товару?	
4.	Хто є споживачем, що виступає «лідерами думок» у ніші лояльні споживачі і VIP-клієнти, що генерують для компанії важливий обсяг продажів	

6. Процес (Process)

Термін описує процес взаємодії між споживачем і компанією. Саме вона є основою для здійснення покупки на ринку і формування лояльності клієнта.

1.	Як зробити купівлю та користування послугою максимально комфортною для споживача?	
2.	У чому Ваша перевага при процесі взаємодії з клієнтом? Чим ви кращі за конкурентів в аналогічній галузі щодо процесу взаємодії з покупцем?	

7. Фізичне свідчення (Physical evidence)

Термін описує те, що оточує споживача в момент замовлення послуги. Фізичне оточення дозволяє сформувати правильний імідж компанії, виділити відмінні характеристики продукту.

1.

Опишіть фізичне оточення покупця або клієнта в момент отримання послуги.

2.

Які ключові цілі Ви ставите перед собою формуючи оточення клієнта?



Групова робота 3. План маркетингової діяльності

Мета: Розробити чіткий і реалістичний план маркетингової діяльності вашої мінікомпанії до кінця травня.



Що потрібно зробити?

1

Продовжіть роботу у своїй мінікомпанії.

2

Ознайомтеся з шаблоном «План маркетингової діяльності».

3

Разом у команді заповніть таблицю — обговоріть, що саме, хто і до якої дати повинен зробити, щоб ваша мінікомпанія просувалася вперед!

4

Врахуйте всі ключові дати та події (ярмарки, публікації в соцмережах, запуск реклами, новинки тощо).

План маркетингової діяльності

№	Маркетинговий захід	Ціль / очікуваний результат	Хто відповідає	Коли виконується	Статус / примітки
1.					
2.					
3.					
4.					
5.					

Коли таблиця буде заповнена — тримайте її завжди під рукою. Регулярно оновлюйте статус завдань і додавайте нові ідеї. Це ваш навігатор у маркетинговій діяльності!



Домашнє завдання:

Створення профілю в соціальних мережах

Мета: Підготувати профіль вашої мінікомпанії у соцмережах. У сучасному бізнесі сторінка в Instagram чи Facebook — це як вітрина магазину. І те, як вона виглядає — дуже важливо!



Ваші кроки

- 1 Створіть профіль у соцмережах (*Instagram / Facebook або іншу платформу*).
- 2 Оформіть сторінку так, щоб з першого погляду було зрозуміло:
 - Хто ви?
 - Що ви пропонуєте?
 - Як з вами зв'язатися?
- 3 Ознайомтеся з порадами щодо оформлення сторінок для бізнесу в соціальних мережах(розгорнутими) або нижче (стисло) й оформіть сторінку відповідно до них.



Порада щодо оформлення сторінок для бізнесу в соціальних мережах (стисло):

- **Аватар** — краще використати логотип вашої мінікомпанії.
- **Ім'я сторінки** — коротке, зрозуміле, легко запам'ятовується.
- **Опис (біо)** — що ви виготовляєте або які послуги надаєте.
- **Посилання** — додайте важливі лінки (*форма замовлення, сайт, Google-анкета тощо*).
- **Заклик до дії** — «Замов зараз», «Підпишись на знижки», «Залиш заявку» тощо.
- **Контент** — перші публікації повинні розповідати про продукт, команду, вашу історію.
- **Візуальний стиль** — єдиний стиль фото, кольорів, шрифтів — це запорука впізнаваності.



Варіанти виконання:

- Групове завдання — створіть профіль разом як мінікомпанія.
- Індивідуальне завдання — директор з маркетингу в иконує самотійно.



Надалі використовуйте цей профіль для:

- просування вашого продукту;
- проведення опитувань;
- реклами участі в ярмарках;
- комунікації з клієнтами.



Надалі використовуйте цей профіль для:

- 1 Надішліть посилання педагогу або викладіть у спільний чат.
- 2 Підготуйте сторінку до презентації на наступному занятті.



Додаткове завдання: Створення вебсайту для мінікомпанії



Навіщо це потрібно?

Сучасний бізнес — це не тільки крутий продукт, а ще й зручна онлайн-презентація. Ваш власний сайт допоможе розповісти світу про мінікомпанію, приймати замовлення, презентувати себе інвесторам чи партнерам.



Кроки до власного



Переглянь відеоуроки:

- **Частина 1:** Як створити сайт за допомогою ШІ (штучного інтелекту);



- **Частина 2:**
Як зробити сайт ще кращим.



- 2 Ознайомтеся з інструкцією у відео;
- 3 Разом із командою створіть вебсайт вашої мінікомпанії.



Що має бути на сайті:

- Назва мінікомпанії та логотип;
- Опис продукту / послуги;
- Команда (хто ви, чим займаєтесь);
- Фото продукції / послуг;
- Контакти (як з вами зв'язатися);
- Посилання на соцмережі;
- Форма зворотного зв'язку або кнопка “ЗАМОВИТИ”.



Після виконання:

- Збережіть лінк на ваш сайт;
- Підготуйте коротку презентацію сторінок;
- Надішліть сайт педагогу або продемонструйте на занятті;



Порада:

Це завдання необов'язкове, але дуже цінне. Сайт — це ваша “візитівка” у світі бізнесу. Якщо створите його зараз — отримаєте величезний плюс до комунікацій, маркетингу та навіть до портфоліо

Місце для нотаток або посилання на сайт: