

МАРКЕТИНГОВИ СТРАТЕГИИ ЗА ЗРЕЛИ ПАЗАРИ

Тема № 11

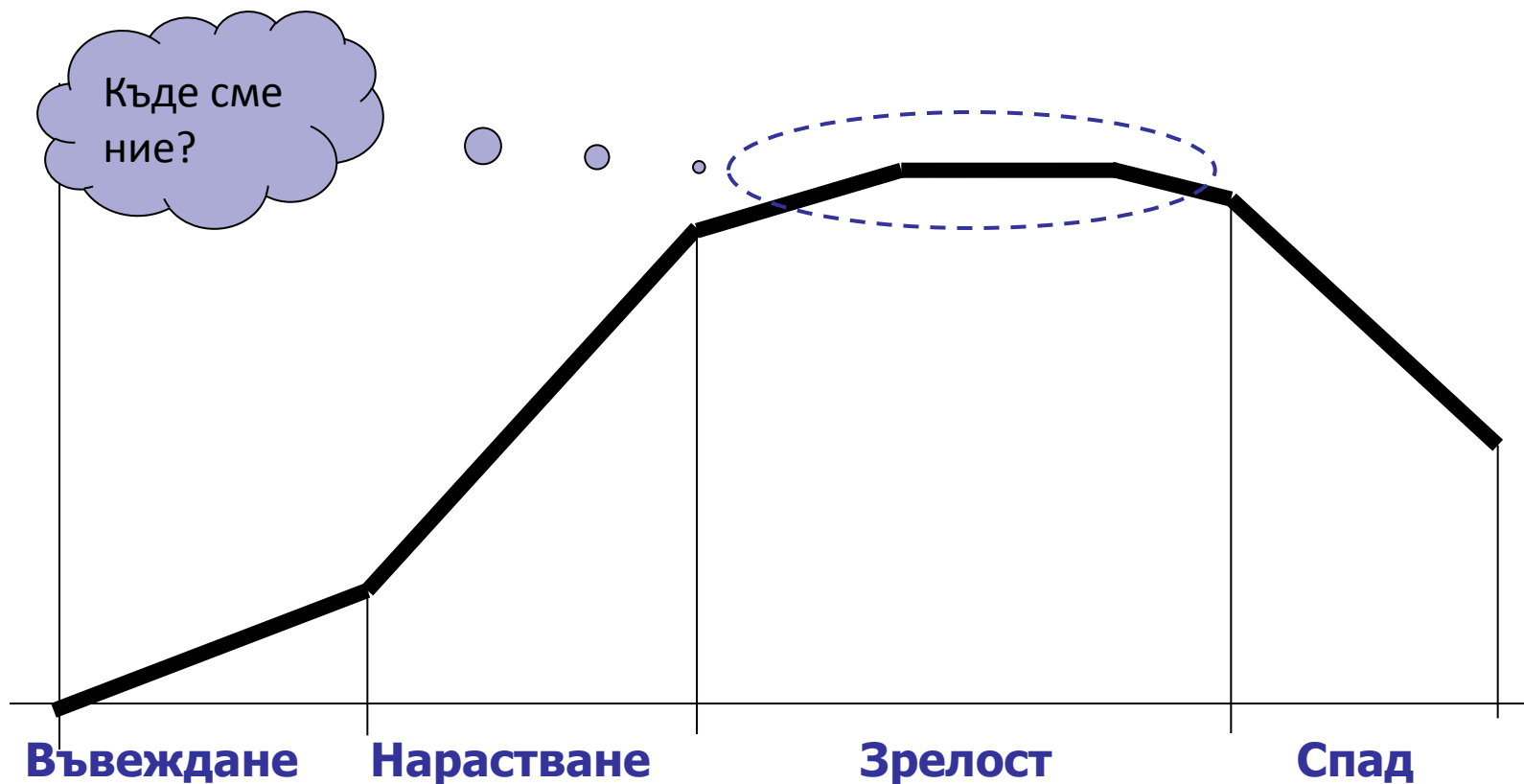
Преподавател: проф. д-р Невяна Кръстева

План

- **Зрял пазар**
- Стратегии за поддържане дела на настоящия пазар
- Стратегии за разширяване обема на продажбите
 - Стратегия на засилено проникване
 - Стратегия на разширена употреба
 - Пазарна стратегия за разширяване
- Разширяване на глобалния пазар (серийни стратегии)

Зрял пазар (1)

Крива на жизнения цикъл на продукта



Зрял пазар (2)

Пазар, който е достигнал състояние на равновесие и се характеризира с липса на значителен растеж или нововъведения

(www.investorwords.com)

План

- Зрял пазар
- **Стратегии за поддържане дела на настоящия пазар**
- Стратегии за разширяване обема на продажбите
 - Стратегия на засилено проникване
 - Стратегия на разширена употреба
 - Пазарна стратегия за разширяване
- Разширяване на глобалния пазар (сериини стратегии)

Стратегии за поддържане дела на настоящия пазар

- Основна маркетингова цел:
Поддържане и защитаване пазарния дял
- *“Защита на крепостта”*
 - Подобряване удовлетвореността и лоялността на клиента
 - Повторна покупка
- *“Пазарна ниша”*
 - “Малките хищници, които не навлизат в територията на големите хищници”



План

- Зрял пазар
- Стратегии за поддържане дела на настоящия пазар
- **Стратегии за разширяване обема на продажбите**
 - Стратегия на засилено проникване
 - Стратегия на разширена употреба
 - Пазарна стратегия за разширяване
- Разширяване на глобалния пазар (серийни стратегии)

Стратегии за разширяване обема на продажбите

- Пазарът само изглежда зрял, поради ограниченията, наложени от маркетинговите програми, например:
 - Тесни целеви сегменти
 - Ограничени продуктови предложения
- Възобновен растеж чрез следващите три стратегии



Стратегия на засилено проникване

- Какво да направим, за да привлечем потребителите, които не се интересуват от нашия продукт?
 - Добавяне на стойност към продукта
Застраховка на GSM в
 - Разширяване на дистрибуционните канали
SDI Застраховки в големите магазини
 - Разширяване на продуктовете линии
M-Tel HomeBox



Какво
трябва да направите,
за да имате
домашен телефон и интернет?



Стратегия на разширена употреба (1)

- Какво да направим, че нашият продукт да се използва по-често?
 - Изместване на продукта по-близо до мястото на употреба
Машини за храни и напитки в офисите
 - По-големи или по-малки разфасовки
Дезодоранти
 - Опаковки за единична порция
Супа Маги за една чаша
 - **2 за 1**
Dove Collection



Стратегия на разширена употреба (2)

- Какво да направим, че нашият продукт да се използва по-често?
 - Реклама (напомняща, нови начини за използване)



- Разширение на продуктовата линия
Нов вкус в шоколадите Линдт



Пазарна стратегия за разширяване

- Как да се насочим към нови географски пазари и нови клиентски сегменти?
 - Чрез същите услуги, експерти, технологии
 - Чрез идентифициране на нови потребителски и приложни сегменти
 - Чрез частни марки за големи търговци



План

- Зрял пазар
- Стратегии за поддържане дела на настоящия пазар
- Стратегии за разширяване обема на продажбите
 - Стратегия на засилено проникване
 - Стратегия на разширена употреба
 - Пазарна стратегия за разширяване
- **Разширяване на глобалния пазар (серийни стратегии)**

Разширяване на глобалния пазар (серийни стратегии)

- Проникване на външни пазари на базата на водещи позиции на вътрешните
 - Смесени предприятия
*Фирма за подбор на персонал
която е смесена собственост
(50/50) с холандска*
 - Собствени дъщерни предприятия
*Джонсън Контролс Електроникс
България ЕООД*

consulteam
Recruitment and Selection

Vedior
where people matter

**Johnson
Controls** 

Що е зрял пазар?

- ◆ Пазар, достигнал състояние на равновесие, характеризиращ се с липсата на значителен растеж или иновации.
- ◆ Зрелостта на пазара се определя от понижаване степента на растеж.

Видове стратегии

- ◆ Стратегии за поддържане на текущия пазарен дял
- ◆ Стратегии за разширяване обема на продажбите
- ◆ Серийни стратегии за разширяване на глобалния пазар

Стратегии за поддържане на дела на настоящия пазар.

Най-подходящата стратегия
„защита на крепостта“.



Защитата на крепостта включва два вида маркетингови дейности:

- ◆ Насочени към подобряване
удовлетвореността и лоялността на клиента
- ◆ Целящи да окуражат и опростят повторно
купуване на даден продукт

А също:

- ◆ Разширяване на продуктовите линии
- ◆ Добавяне на една или няколко “флангови” търговски марки



◆ При малък дял на зрял пазар: стратегии, които отбягват директни сблъсъци с лидери



€ 5000 – 7000



€ 7000

◆ При малък дял на зрял пазар: стратегии, които отбягват директни сблъсъци с лидери



Корі Luwak – от \$50 за чаша

Стратегии за разширяване обема на продажбите

1. Стратегия за засилено проникване:

◆ Увеличаване на качеството на продукта за потенциалните клиенти, като се добавят характеристики или преимущества, обикновено посредством разширения в продуктовете линии



Стратегии за разширяване обема на продажбите

1. Стратегия за засилено проникване:

- ◆ Разработване и продаване на интегрирани системи, които помагат да се подобри ефективността на продукта или да се улесни употребата му



Стратегии за разширяване обема на продажбите

1. Стратегия за засилено проникване:

◆ Предлагане на услуги, които подобряват ефективността или улесняват употребата му за потенциални клиенти



Стратегии за разширяване обема на продажбите

1. Стратегия за засилено проникване:

- ◆ Добра реклама на увеличените преимущества
- ◆ Разширяване на дистрибуцията или разработване на по-удобни и достъпни канали

2. Стратегия на разширена употреба

- ◆ Предлагане на по-големи разфасовки (негативен ефект при нетраен или висококалориен продукт)



2. Стратегия на разширена употреба

◆ Дизайн, който прави продукта по-удобен и лесен за употреба



2. Стратегия на разширена употреба

- ◆ Дизайн, който прави продукта по-удобен и лесен за употреба



2. Стратегия на разширена употреба

◆ Разнообразни програми за подпомагане на продажбите



2. Стратегия на разширена употреба

◆ Промоционални програми, които насърчават по-голямата честота на употреба и увеличават лоялността на клиента в сферата на услугите



2. Стратегия на разширена употреба

- ◆ Промяна в характеристиките на продукта, които възпрепятстват клиентите от честата му употреба



2. Стратегия на разширена употреба

- ◆ Реклама, която напомня на потребителите да използват продукта по-често



2. Стратегия на разширена употреба

◆ Намиране и рекламиране на нови функционални употреби за продукта

Zippo



3. Стратегия за разширяване на пазара

- ◆ Засиляване позициите на фирмата в нови или развиващи се вътрешни (регионални) географски пазари
- ◆ Идентифициране и развиване на изцяло нови потребителски и приложни сегменти (или чрез разширяване на дистрибуторската мрежа)
- ◆ Производства на частни марки за големи търговци (вериги) – Villa, Фантастико и пр.

Разширяване на глобалния пазар - серијни стратегии

Стъпване на чужди пазари чрез:

- ◆ създаване на смесени предприятия
- ◆ създаване на дъщерни предприятия