

Кам'янський медичний коледж

МОЯ ПРОФЕСІЯ – МАРКЕТОЛОГ 21 СТОЛІТТЯ

Автор: Петро Голуб

2021



ВИЗНАЧЕННЯ МАРКЕТИНГУ



СУЧАСНІ ВИДИ МАРКЕТИНГУ

1

Маркетинг впливу (інфлюенс-маркетинг)

спосіб просування товарів або послуг через інфлюенсерів (людину, бренд або групу людей, які здатні вплинути на поведінку і рішення своєї аудиторії. Головний принцип - ненав'язлива комунікація через рекомендації

2

Маркетинг подій, або івент-маркетинг

будується на створенні емоційних зв'язків між споживачем і брендом. Емоції – головний інструмент у створенні бренду з людським обличчям.

3

Латеральний маркетинг

«маркетинг без гальм». Створення нових інноваційних товарів або послуг, нових ідей, за умов створення нового ринку та вихід за межі старого, вже існуючого. Створення інновації, шляхом поєднання несумісних та непоєднаних речей.

Маркетинг особистості: формування особистого бренду

потужна конкурентна перевага, яка дозволяє виділитися серед представників однієї ніші, підвищити впізнаваність і обзавестися лояльно налаштовану аудиторію

Цифровий (Діджитал) маркетинг

інтерактивний маркетинг товарів і послуг, що використовує цифрові технології та канали для залучення потенційних клієнтів і утримання їх як споживачів

Інтернет маркетинг

ведення маркетингу на основі електронних технологій, завдяки яким організації збільшують продажі. Інтернет-маркетинг – залучення і утримання клієнтів в Інтернеті.

4

5

6

ОСНОВНІ ЗАВДАННЯ ТА ФУНКЦІЇ МАРКЕТОЛОГА



Дослідження ринка

- Які товари представлені - яких не вистачає
- За якою ціною і хто купує
- Чому купують - чому не купують



Просування на ринок

- Прогноз та моделювання коливань попиту та пропозиції
- Розробка планів просування продукції
- Розробка брендінгу



Утримання на ринку

- Залучення клієнта
- Обслуговування клієнта
- Утримання клієнта

ОСНОВНІ ЯКОСТІ МАРКЕТОЛОГА



Креативність, здатність до пошуку, неординарність

здатність використовувати відомі успішні інструменти маркетингу, вміння креативно розкрутити та запропонувати продукт



Оперативність, мобільність, активність

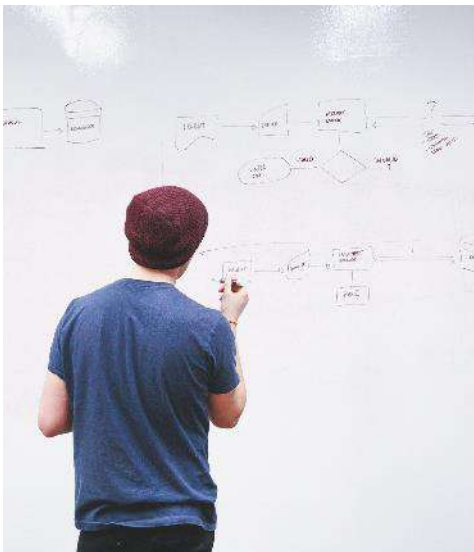
дотримуватися принципу:
«Згаяний час – втрачений шанс!»



Комунікативність, активність

грамотно продумати комунікацію, активно використовувати соціальні мережі





ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ПРОФЕСІЇ МАРКЕТОЛОГА



Завжди затребувана професія на ринку послуг та товарів




Необмежена географія світового ринку, можливість для відкриття нових інструментів розвитку бізнесу



Можливість швидкого фінансового успіху завдяки правильному вибору цільової аудиторії



Наявний ризик, непрогнозовані фінансові втрати, перенасиченість ринку товарами, нестабільність валютного ринку



МОЇ ПРОФЕСІЙНІ ПЛАНИ НА МАЙБУТНЄ

Крок 1

Отримати професійні знання в університеті, опанувати мистецтво маркетингу, вивчити досконало іноземну мову

Крок 2

Опанувати різноманітні комунікативні навички, знайти свою цільову аудиторію та надійних партнерів по бізнесу

Крок 3

Наполегливо розвивати та удосконалювати власний бренд, створити маркетинговий простір для просування медичних товарів

ТРЕНД СЕЗОНУ – ЗАХИСНІ МАСКИ ДЛЯ ХЛОПЦІВ



**маска камуфляжна
мілітарі-стиль**



**маска примари
з неоновим
підсвічуванням у темряві**



**маска із зображенням
черепа
для екстремалів**

ТРЕНД СЕЗОНУ – ЗАХИСНІ МАСКИ для дівчат



маски щотижневі



маска зимова



**маска акули
бізнесу**

ТРЕНД СЕЗОНУ – ЗАХИСНІ МАСКИ ДЛЯ МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ



маска щит

з героями мультиків та іграшок

ТРЕНД СЕЗОНУ – ЗАХИСНІ МАСКИ для школярів з особливими потребами



**маска з прозорим віконцем
при порушенні слуху**



**маска щит з окулярами
при порушенні зору**

ТРЕНД СЕЗОНУ – ЗАХИСНІ МАСКИ універсальні



**маска перекладача
на 7 мов світу**



**маска для відвідувань місць
громадського харчування
та шкільної їдальні**

ТРЕНД СЕЗОНУ – ЗАХИСНІ МАСКИ універсальні



**маска спортивна
для занять спортом**



**маска для виразу емоцій
зі світлодіодами**



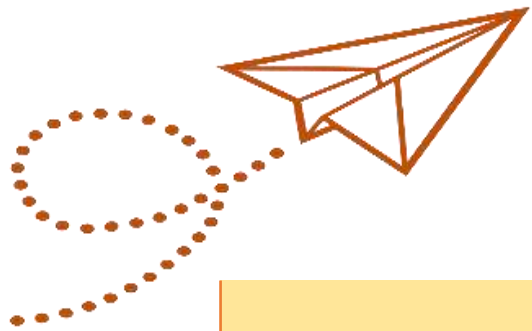
ТРЕНД СЕЗОНУ – АНТИСЕПТИКИ браслети санітайзери



у стилі годинника

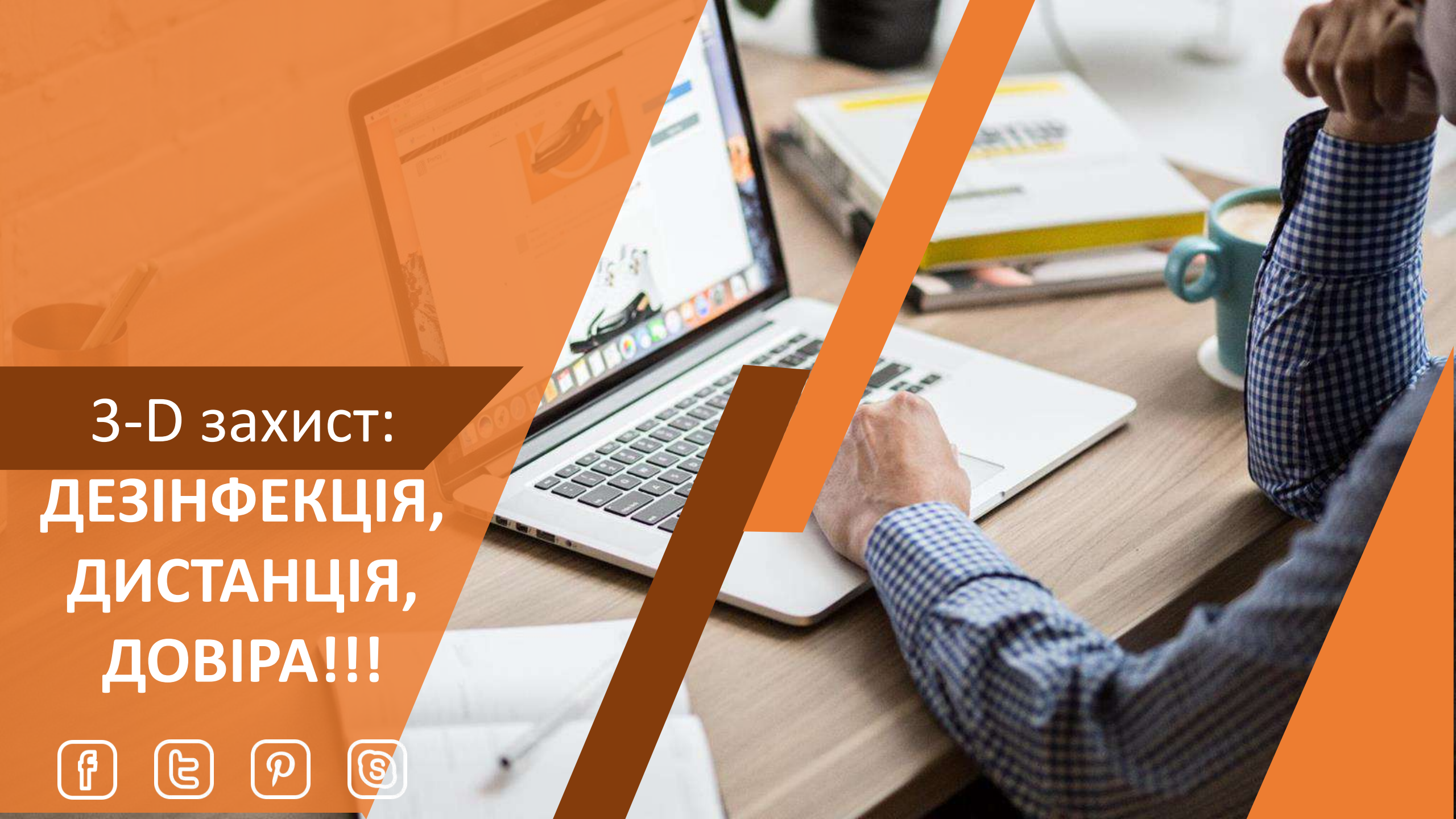


у стилі «Людини павука»



ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА

- 1. 5 кроків для розвитку особистого бренду [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://coworkingplatforma.com/ua/blog/5-kroktiv-dla-rozvitku-osobistogo-brendu/>**
- 2. Менеджмент і маркетинг у фармації: підручник / Б.П. Громовик, Г.Д. Гасюк, О.Р. Левицька; за ред. д-ра фарм. наук, проф. Б.П. Громовика. — К.: Медицина, 2008. — С. 8-9, 330-334.**
- 3. Балук Н.Р. Комунікації у створенні персонального бренда. Підприємництво і торгівля. №23. — 2018. — С. 111-119.**



3-D захист:
ДЕЗІНФЕКЦІЯ,
ДИСТАНЦІЯ,
ДОВІРА!!!

