

KISVÁLLALATOK MARKETINGKOMMUNIKÁCIÓJA A XXI. SZÁZADBAN

IFJ. REKETTYE GÁBOR



SZÉCHENYI  2020



MAGYARORSZÁG
KORMÁNYA

Európai Unió
Európai Szociális
Alap



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

TÉMAKÖRÖK



- **A SIKERES ÜZLET ÖSSZETEVŐI**
 - A MARKETING ÚJ SZEMLÉLETE
- **ÉRTÉKTEREMTÉS A MARKETINGBEN**
- MEGKÜLÖNBÖZTETÉS, POZÍCIONÁLÁS
- **VÁLTOZÁSOK, TRENDEK A MARKETINGKOMMUNIKÁCIÓ GYAKORLATÁBAN**
 - AZ ÚJ FOGYASZTÓ
 - TECHNOLÓGIA FEJLŐDÉSE
 - WEB 2.0 – HONLAP
 - KÖZÖSSÉGI MÉDIA MARKETING
 - GERILLA MARKETING



LKKÉCP

Létrehozni

Kommunikálni

Közvetíteni

Értéket

Célpiac vevőinek

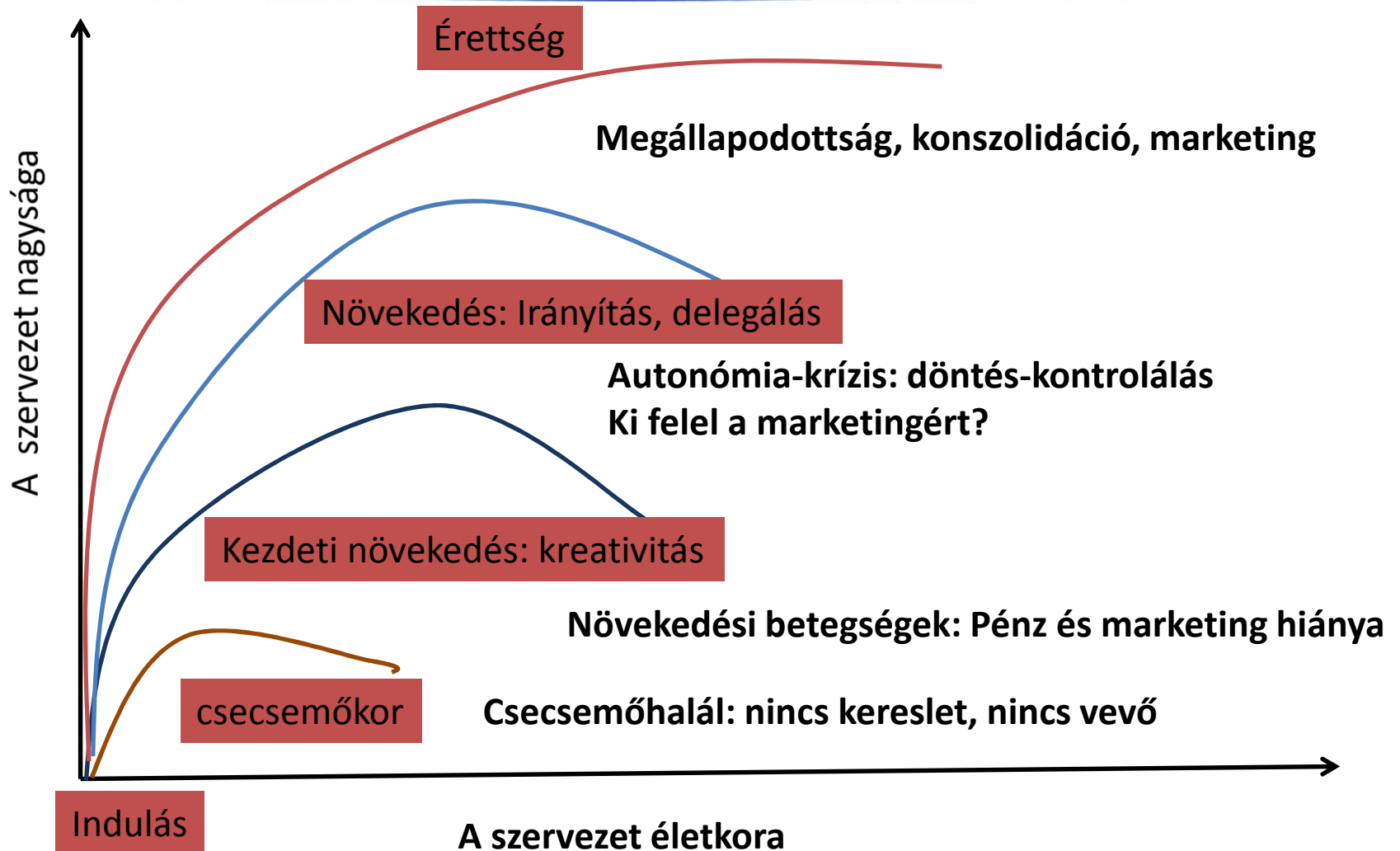
Profittal

A SIKERES VÁLLALKOZÁS ÖSSZETEVŐI



- **Létrehozni értéket a célpiacon vevőinek**
TERMÉKMENEDZSMENT
- **Kommunikálni az értéket**
MÁRKAMENEDZSMENT
- **Közvetíteni az értéket**
VEVŐMENEDZSMENT
- Mindezt **nyereséggel** (termelőnek, kereskedőnek és a vevőknek)

A KISVÁLLALATOK MARKETING ÉLETCIKLUSA



INDULÁS: CSECSEMŐKOR



- **Miért csinálja?**

- Megélhetés
- Kínálkozó lehetőség megragadása
- Függetlenné válás (önmagam kipróbálása)
- Meggazdagodás
- Birodalom építése

- **Honnan jön az ötlet?**

- Korábbi tapasztalat, kutatás, kreatív gondolat
- Piac – egy lehetőség meglátása

PROBLÉMA: VAN-E VEVŐ (PIACKUTATÁS HIÁNYA)

PÉLDÁK:



Korábbi tapasztalat



Piaci lehetőség



PÉLDÁK:



Korábbi tapasztalat



Piaci lehetőség



Angol-magyar óvoda

HA VAN VEVŐ:

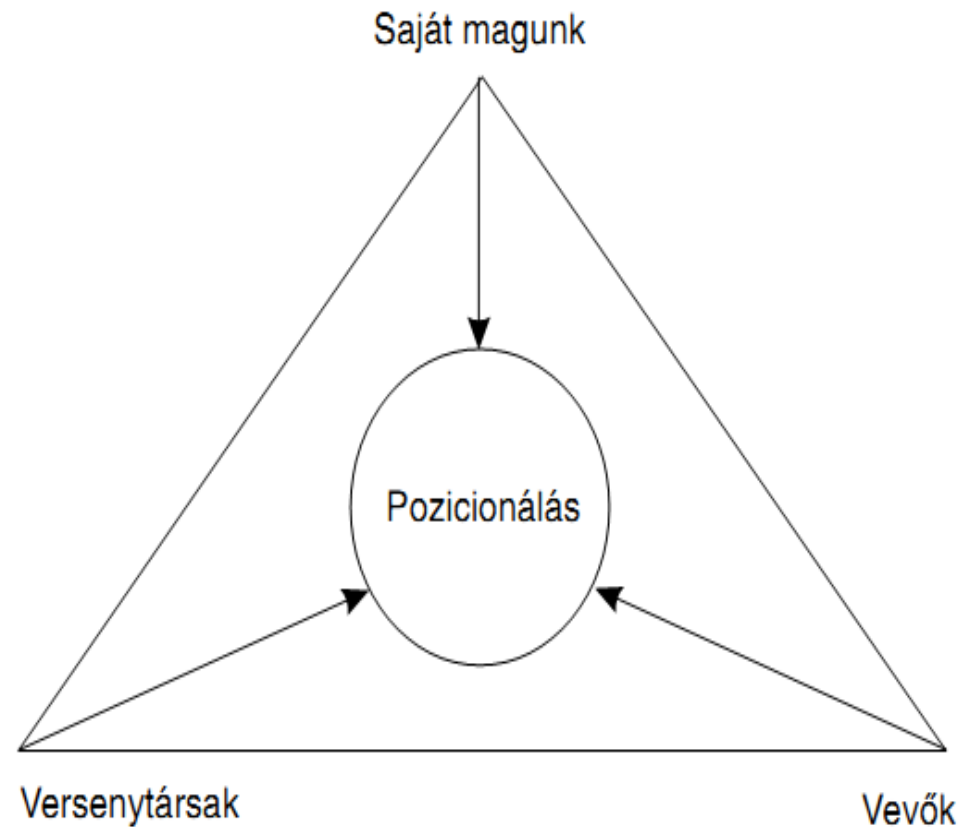


- HOGYAN ÉRJÜK EL ŐKET?
- SZOLGÁLTATÁSNÁL: HOGYAN ÉRJENEK EL ŐK BENNÜNKET?
- HOGYAN SZEREZZENEK TUDOMÁST RÓLUNK?
 - Reklám?
 - Internet?
 - E-mail?
 - Honlap?
 - Közösségi média?
 - MÁS?
- HOGYAN JUSSUNK BE A TUDATUKBA?
 - POZICIONÁLÁS

POZÍCIONÁLÁS



Mit akarunk a
vevőinkkel
magunkról
és/vagy
termékeink-ről
elmondani?



MIRE POZÍCIÓNÁLJUNK?



- Valamely megkülönböztető tulajdonság
 - Termék (tartósság, minőség, forma stb.)
 - Kapcsolódó szolgáltatások
 - Ár
 - Gyorsaság
 - Szakértelem
 - Hely
 - Egyediség
 - Stb.



POZICIONÁLÁSI TANÁCSOK



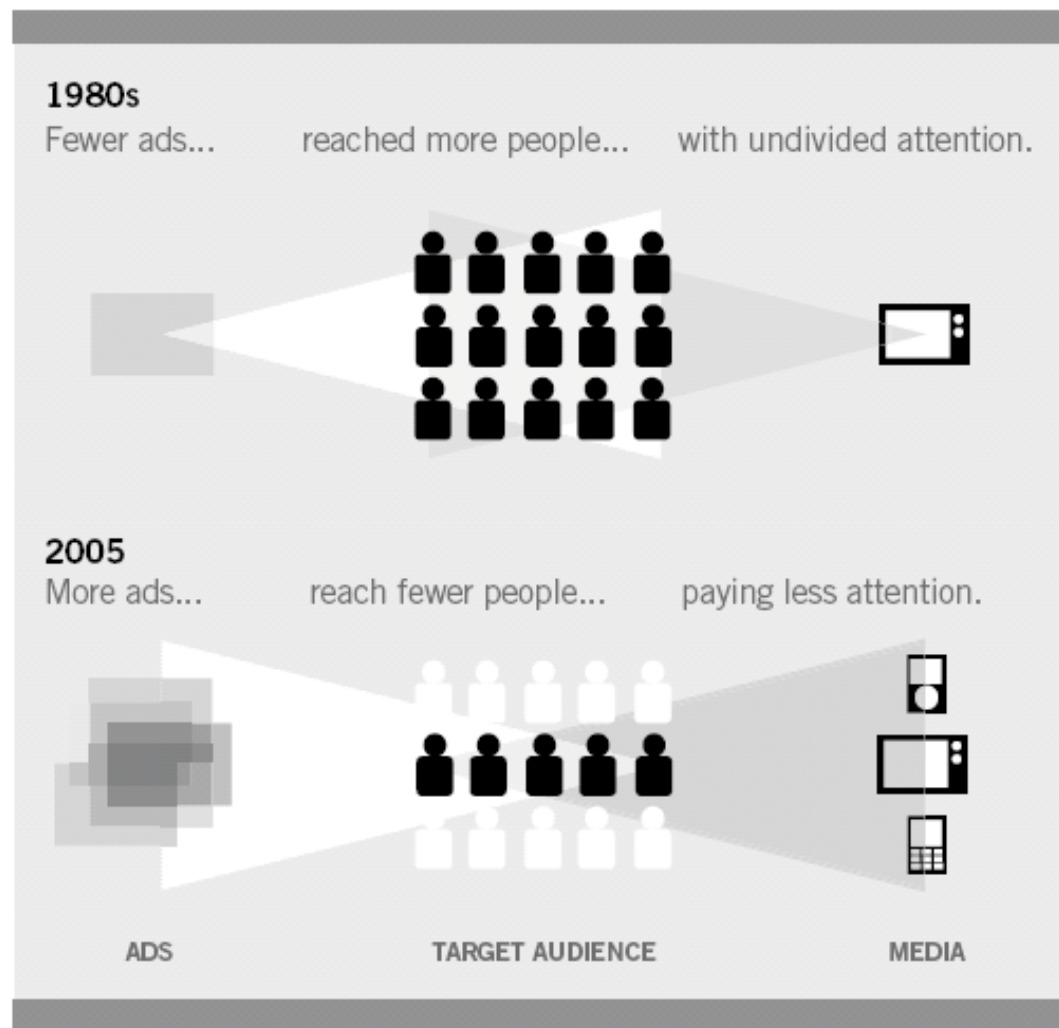
- A hangsúlyozott tulajdonságok száma
- Teljesíthetőség
- A vevő szempontjai (autójavítás, fogorvos, ingatlanértékesítés, pizza stb.)
- Pszichológia
 - Tulajdonságpszichológia
 - Hogyan készül
 - Az első, a legjobb...
 - Hagyományok
 - Stb.

MARKETINGMIX A FOGYASZTÓ SZEMSZÖGÉBŐL: 4C



- Customer value (Vevőérték)
- Cost (Költség)
- Convenience (Kényelem)
- Communication (Kommunikáció)

ÚJ MARKETINGKOMMUNIKÁCIÓS KÖRNYEZET



Több eszközön fogyasztunk tartalmat, nézünk reklámokat: TV, mobiltelefon, számítógép, laptop, Ipad, tablet, online játékok, X-box, Playstation, stb.

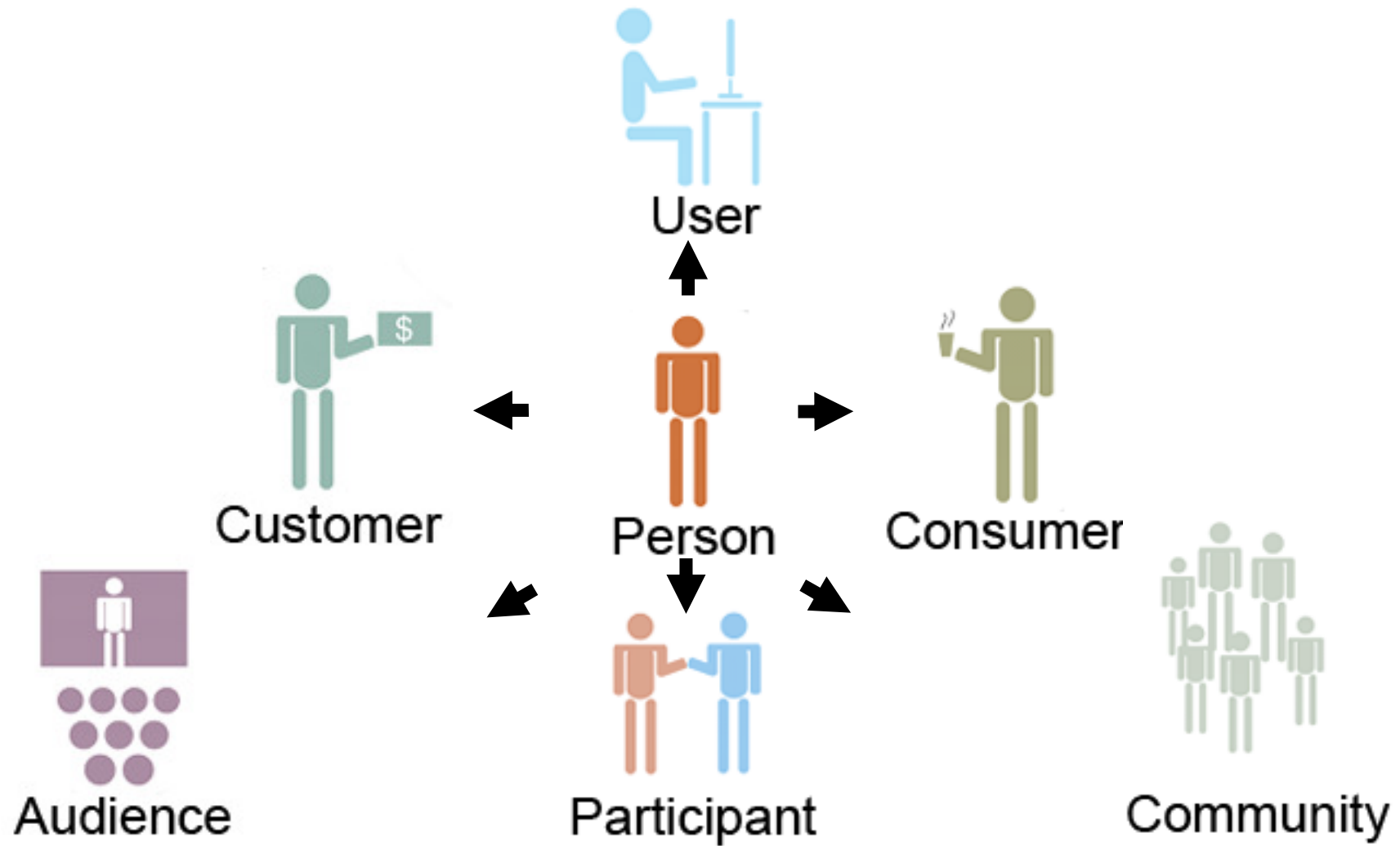
Naponta több mint 3 ezer reklám összesen!

AZ ÚJ FOGYASZTÓK



**Connected, Communicating, Content-Centric,
Computerized, Community-oriented, always Clicking.**

KI AZ IGAZI VEVŐ?



MI VÁLTOZOTT MEG?



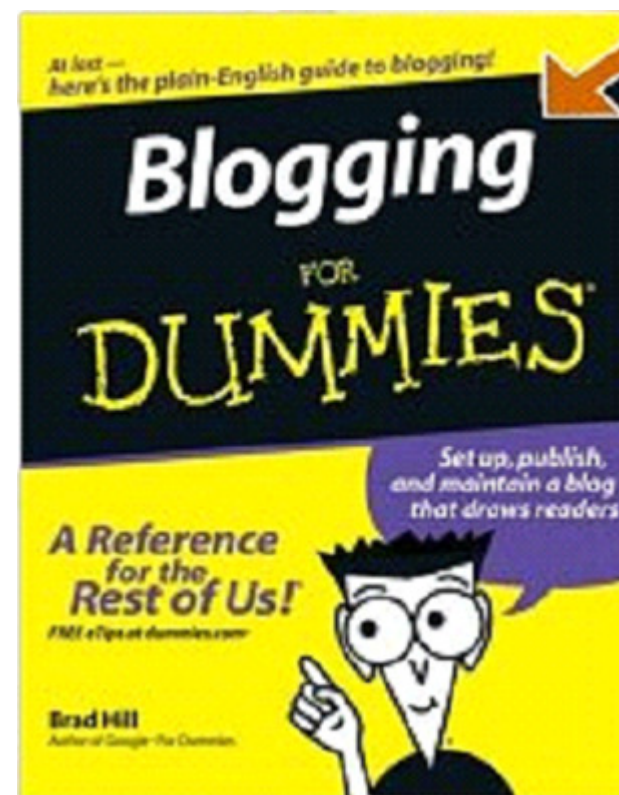
A FOGYASZTÓK/VEVŐK NEM FIGYELNEK RÁNK!



MIÉRT?



TARTALMAT GYÁRTANAK!



MIÉRT?



VÁLOGATNAK ÉS ELKAPCSOLNAK

IPTV



TECHNOLÓGIA FEJLŐDÉSE



**A KÉTIRÁNYÚ KÖZVETLEN
KÖZÖSSÉGI KÖZÖSSÉGI
FEJLŐDÉSE ERŐSÖDIK,
FELVÁLTJA AZ EGYIRÁNYÚ
KÖZVETLEN KÖZÖSSÉGI**



Copyright 2013 by Digital Marketing NOW. All rights reserved.



TECHNOLÓGIA FEJLŐDÉSE



MOBILKOMMUNIKÁCIÓ



WEB 2.0



MEGVÁLTOZOTT A KOMMUNIKÁCIÓ FOLYAMATA WEB 1.0 – 2.0

Communicating via Web 2.0 tools



MITŐL JÓ A HONLAP?



HONLAP

- **Virtuális megjelenítése a kisvállalatnak és kínálatának**
PR és reklámcélokat szolgál
- **Kötelező menüpontok mellett**
Referenciák, elégedett vevők ajánlásai
- **Frissített tartalom**
Előrébb helyezkednek el a találati listában!
- **Interaktivitás**
Lehetővé teszik a vásárlást, levelezést,
- **Látogatottság mérése**
Fontos az oldal menedzselése miatt (honnan jönnek a vevők? Milyen kulcsszavakra keresnek?
Stb.



A honlapunk lehet közösségi média felület is

Csak az eredményekért fizessen



Ha nincs látogatás, nincs költség sem

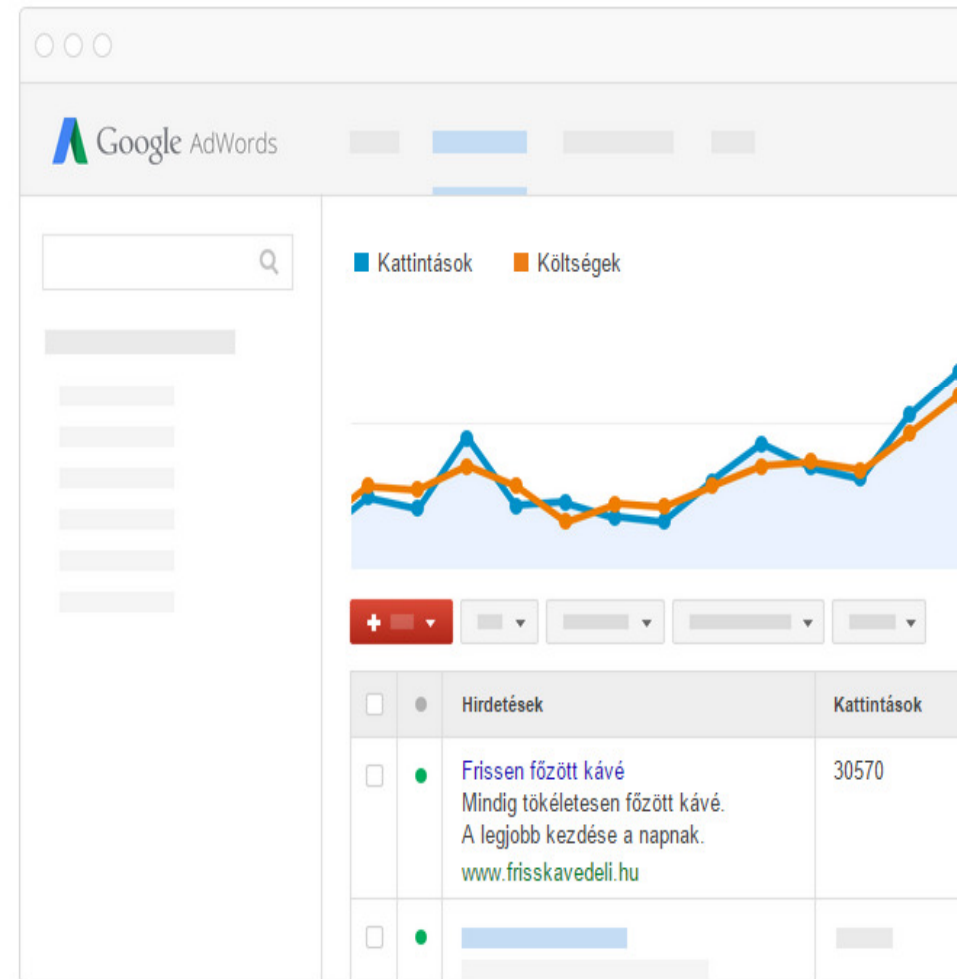
A Google AdWords-regisztráció teljesen ingyenes. Csak azért kell díjat fizetnie, ha egy látogató rákattint hirdetésére, meglátogatja weboldalát, vagy felhívja vállalkozását. Összefoglalva tehát: csak akkor, ha hirdetése valóban működik.



Vágjon bele bármilyen költségkerettel

Ön mondja meg, mennyit szeretne befektetni. Kezdsnek adjon meg egy olyan napi költségkeretet, amelyet megfelelőnek érez, és amelyet később szükség szerint módosíthat. Sok vállalkozás már napi 1500-3000 Ft összegű költségkerettel is jól indul.

[Jelentkezzen most](#)



A könnyen értelmezhető jelentések és grafikonok megmutatják, hogyan teljesítenek hirdetései a Google AdWords rendszerben

Kereső:

google

2009.09.28. - 2009.10.28.

Összehasonlítra a következővel:

2008.09.29. - 2008.10.29.



google 32 383 összesen látogatást eredményezett a következőn keresztül:
5 517 kulcsszavak

Legjelentés: összesen | fizetett | nem fizetett

Webhelyhasználat		1. célkészlet		Nézetek: [ikonok]	
látogatás	?	Oldallátogatás	?	Átlagos idő a webhelyen	?
32 383		8,46		00:05:34	
Előző: 21 382		Előző: 10,23		Előző: 00:05:53 (-5,35%)	
(51,45%)		(+53,57%)			
				Új látogatások %-os aránya	?
				27,88%	
				Előző: 26,41% (+5,59%)	
				Visszafordulások aránya	?
				26,38%	
				Előző: 23,49% (+12,31%)	

GERILLA MARKETING



Kevés pénzből komoly hatás elérése



GERILLA MARKETING



VÍRUSMARKETING



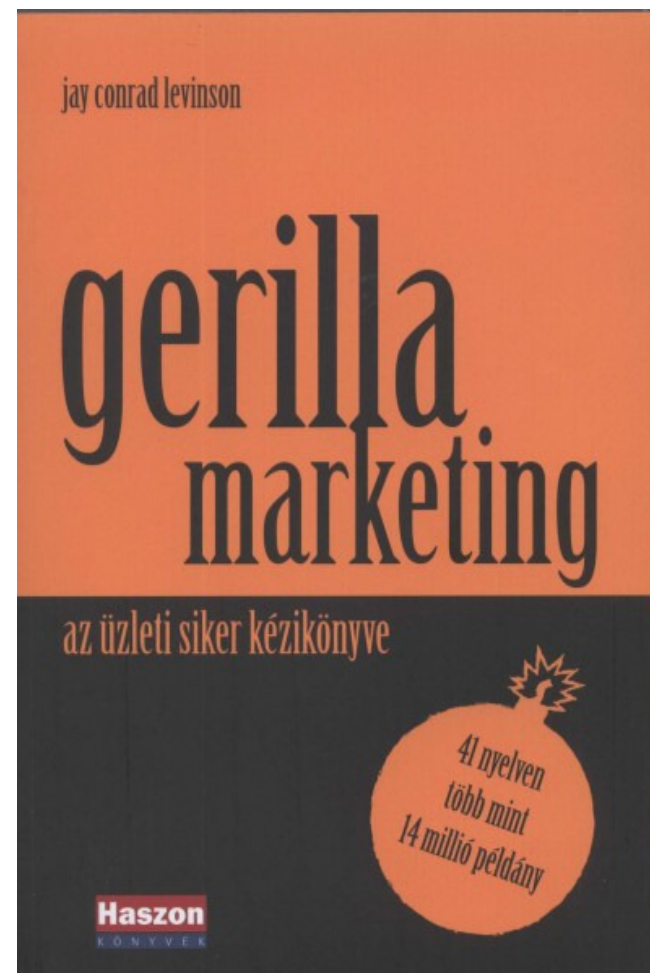
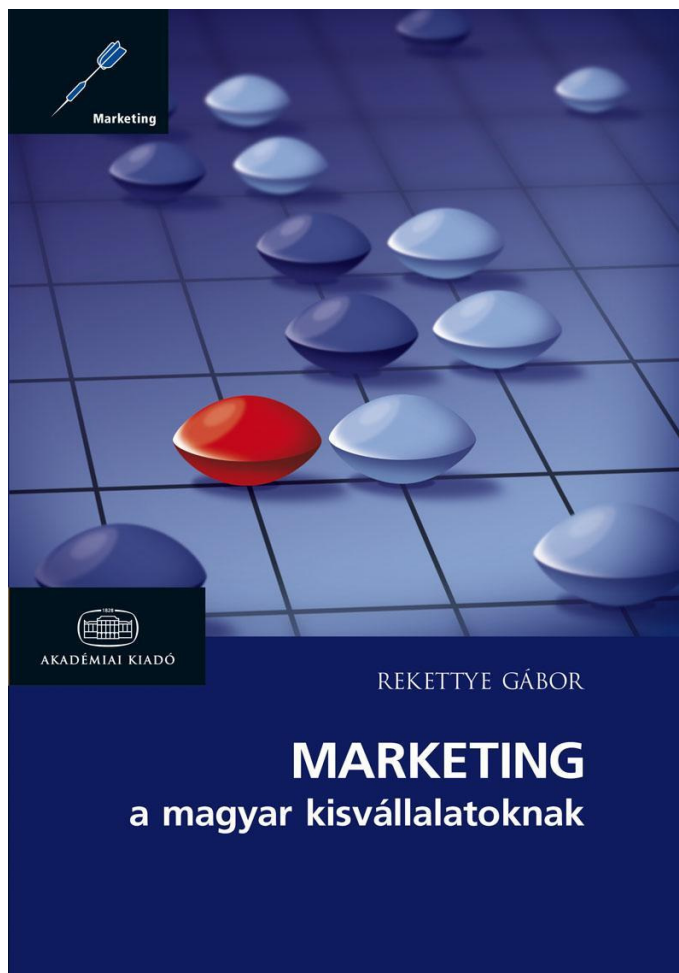
EREDMÉNY



Összesen 137 989 978 ember látta a videókat!
A Blendtec csatornára 749 000 ember iratkozott fel, ezzel világszinten a 33. helyet foglalják el. Egy turmixgéppel...



IRODALOM



KÖSZÖNÖM A FIGYELMET!



SZÉCHENYI  2020



MAGYARORSZÁG
KORMÁNYA

Európai Unió
Európai Szociális
Alap



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE