

Sissejuhatus turundusse

Gert Lee

TAEVAS
In affiliation with *Agiloy*



Mis on turundus?

Turundus on lai, väljakutseid esitav ja tihti valesti mõistetud funktsioon. Kui küsida inimestelt, mis on turundus, saate enamasti palju erinevaid vastuseid:

- Turundus on reklaamid teleris ja ajalehtedes
- Turundus on veebileht ja e-maili teel kirjade saatmine
- Turundus on suhtlemine oma klientidega
- Turundus on kõrgem matemaatika turuosadest ja brändi väärtusest

Mis on turundus?

Turundus on palju enam, kui reklaamid, internetilehekülg või numbrid – see on investering, mis peab genereerima kassavoo, kasumi ja kasvuvõimalused.

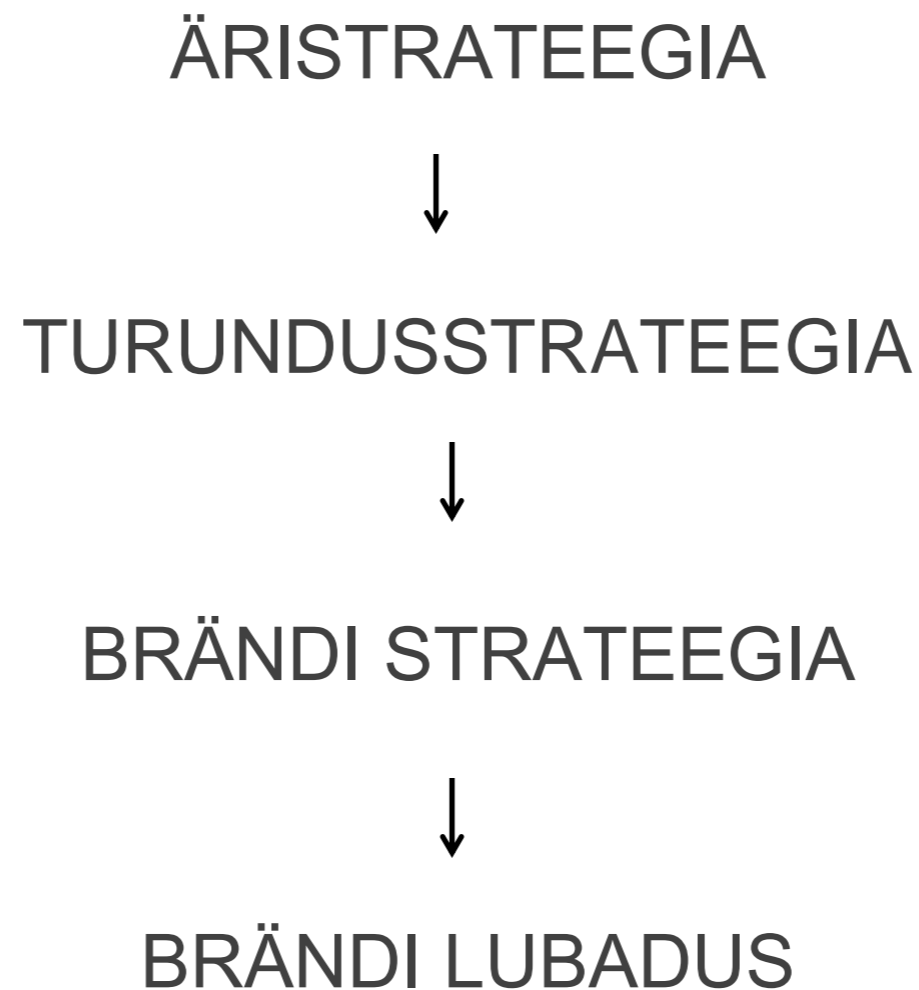
Turundus on protsess, mille käigus arendatakse ja kommuniqueeritakse väärtusi klientidele ning teistele olulistele sihtrühmadele.

Mõtlemine igale sammule, mida teed selleks, et paremini müüa, teenindada ja juhtida oma kliente.

Mis on turundus?

- Sinu teadmised turusituatsioonist ja strateegia kuidas oma teadmisi parimal võimalikul moel ära kasutada.
- Sinu jaotuskanalid mille kaudu kontakteerud oma klientidega
- Sinu hinnastamis-strateegia
- Sinu sõnumid, mida turule edastad
- Sinu toodete ja turundusmaterjalide väljanägemine
- Sinu toodete ja teenuste kasutuskogemus
- Sinu müügimeeste ja müügiesindajate tegevus
- Sinu turundusinvesteeringute planeerimine, mõõtmine ja prognoosimine

Turunduse planeerimine



*BRÄND – väärtuste kogum, mis ühendab inimest konkreetse ettevõtte, toote või teenusega

Turunduse planeerimine

Strateegiline turunduse planeerimise protsess võib kaasata endaga kuni 29 erinevat turundusalast subjekti, mis kokkuvõttes on võimalik taandada kolmeks põhiliseks kategooriaks:

- Turundusstrateegia loomine (positsioneerimine, brändistrateegia, jaotuskanalid, müügiprotsess, hinnastamine, turunduskampaaniad, turunduseelarve)
- Töövahendite ja protsesside määratlemine (Tarbijasuhete juhtimine, nimed, identiteet, sõnumid, veebileht, müügivahendid)
- Klientide genereerimine ja juhtimine (müügi juhtimine, kliendi hoidmine, publikatsioonid, e-mail turundus, messid/näitused, e-mail turundus, veebireklaam, traditsionaalne meedia, telemarketing, otsepostitus, search turundus, äriarendus)

(Lisasubjektid – ROI, kliendi väärtus, autoriõigused, värbamine, edasimüüja valimine)

Turundusmix

Turunduse planeerimisel kasutatakse lihtsustatud viisil ka 4P või 6P printsiipi –

Toode

Positioneering

Hind

Tarbija

Koht

Müügiedendus

Turundusmix

Kaasaegne turundus kasutab ka 4 P asemel 4E
printsipi

Toode - KOGEMUS

Positioneering

Hind - VAHETUS

Tarbija

Koht - IGALPOOL

Müügiedendus – EVANGELISM

Kuhu turundus areneb

20. sajandi lõpu avastused sotsiaalpsühholoogias on parandanud meie arusaamist turundusmixi olulisima komponendi - inimeste käitumisest
- Behavioural economics – õpetus, mis keskendub sotsiaalsetele, kognitiivsetele ja emotsionaalsetele faktoritele inimese majanduskäitumise tõlgendamisel

Inimene, mitte Homo economicus

Automaatne vs. Reflektiivne mõtlemine

Väärtused on subjektiivsed

Selektiivne sekkumine (low-Involvement)

Milline on turundaja roll?

Turundaja roll on genereerida kassavoogu.

Turundaja peamiseks tööriistadeks on bränd ning strateegiline turundusplaan.

Brändi väärtus seisneb kassavoo stabiilsuses

KUIDAS EFEKTIIVSEMALT TURUNDADA?

Soovitusi

Proovi jätta tarbijale nii vähe valikuvõimalusi, kui võimalik. Suur valik tingib tihti otsustamatuse. Kui lood valikuid, siis viisil, mis suunaks valiku sellele tootele, mida sa müüa tahad.

Soovitusi

Lisa väike ootamatu boonus igale müügitehingule enne kui müügiprotsessi lõpetad. See vähendab ohtu, et klient võiks enne tehingu vormistamist ümber mõelda. Positiivne kogemus suurendab ka tarbijapoolseid soovitusi.

Soovitusi

Potentsiaalsed kliendid, kes küsivad küsimusi on väga lähedal ostutehingu vormistamisele. Kasuta see hetk ära. Peale vastuste andmise räägi neile ka muudest põhjustest, miks toodet osta ...ning kutsu nad ostma või kui ost pole sel hetkel võimalik, selgita, mida tuleks teha ostu vormistamiseks.

Soovitusi

Jälgi, kes tundud inimestest Sinu tooteid ostavad ja palu neilt luba neid oma reklaamides kasutada. Tundud inimeste sõna annab tunnistust, et see mida lubad, ka kehtib. Maksimaalse tulemuse saamiseks, palu neil kirjeldada põhilist argumenti, mis neile Sinu toote puhul meeldib.

Soovitusi

Testi järjepidevalt oma turunduskanaleid ja otsi uusi võimalusi ja väljundeid.

80% turunduseelarvest tuleks kasutada juba läbiproovitud ja seni edu toonud turundusvõtetesse ja 20% ulatuses tuleks katsetada uusi võtteid.

Soovitusi

Käsitle klientide kaebusi kiirelt ja positiivse hoiakuga. Tee kõik selleks, et suhe temaga jääks positiivseks. Tänutäheks peab ta sind meeles ja tuleb ka järgmine kord tagasi ostma. Kasum tuleb alati suhtest, mitte tehingust!

Tänan!

Gert Lee

TAEVAS
In affiliation with *Agiloy*

