

MARKETING TRENDEK 2015

Innovációvezérelt marketing

Dr. Piskóti István, intézetigazgató
Miskolci Egyetem

25. ORSZÁGOS JUBILEUMI MARKETING KONFERENCIA

2014. NOVEMBER 6.

TÁMOP-4.2.4.A/2-11/1-2012-0001 Nemzeti Kiválóság Program
Szentágothai János Ösztöndíj támogatásával

TUDÁS A SIKERHEZ

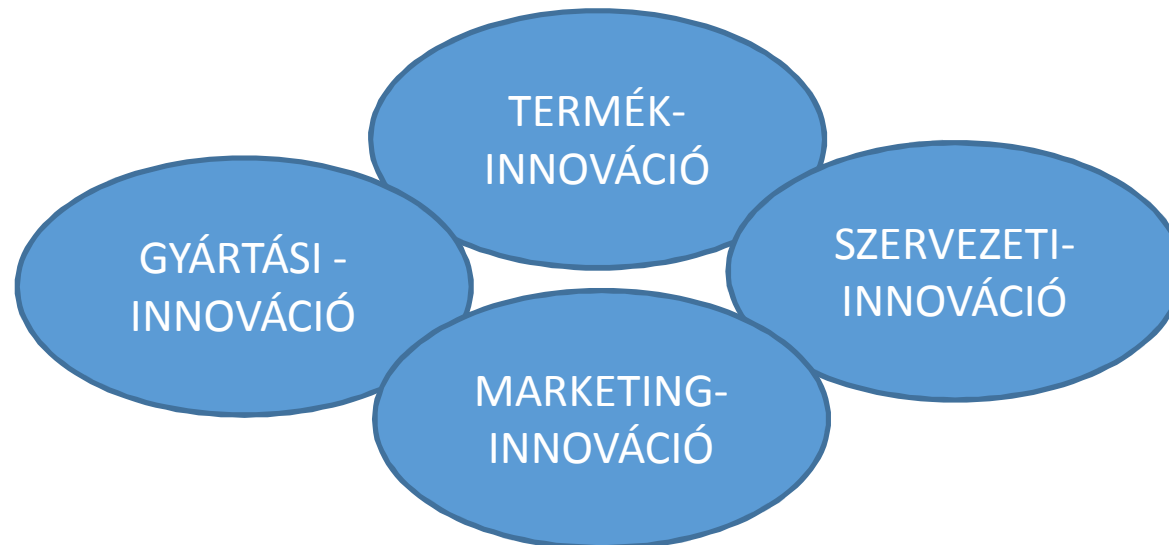


1. A SIKER KULCSA – CIA

Competitive Innovation Advantage

2. CIA ESZKÖZE:

optimális innovációportfólió



TREND Marketing

A MARKETINGBEFOLYÁS NÖVEKEDÉSE!

„MI KÜLÖNBÖZTETI MEG A NYERŐT A GYENGE KÖRNYEZETÉTŐL?
A VÁLASZ: A MARKETING KIVÁLÓSÁGA. SOHA NEM VOLT A MARKETING FONTOSABB MINT MA.”
(Sawhney 2006.)

Számos okból ...

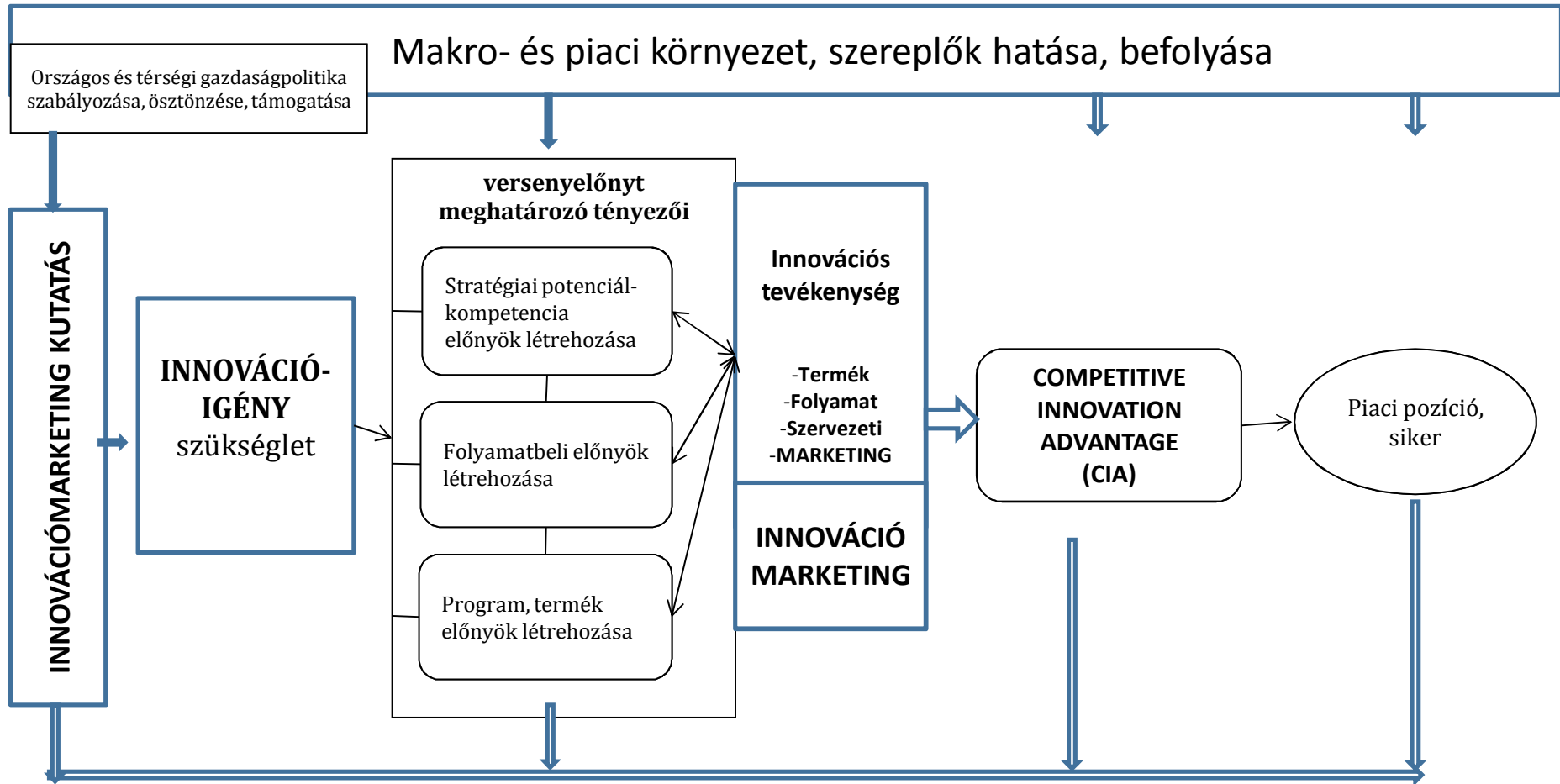
1. piaci versenyképesség feltételeinek, **stratégiai megfontolásainak meghatározása**,
2. **impulzusadó, kezdeményező** a megújító, innovációs feladatokhoz,
3. **szervezeti koordináció**, informatikai, értékesítési, K+F integrálása ...
4. **rendszer támogató információs platform működtetése**, (CRM, ügyfélértékelés ..)
5. **márkaépítés, márkamenedzsment**,
6. **vevő-, ügyfélfókusz biztosítása**,
7. **Go-to-Market modellek**, üzletfejlesztési modellek, nem csak marketingkonceptiók,
8. **Marketingszolgáltatók és tanácsadók integrálása** a marketingprojektekbe,
9. Vállalati **tervek, költségvetések meghatározásakor marketing aspektusok** szerepe
10. a **marketing-argumentáció fejlesztése, összehangolása**, (Content-marketing)
11. **a marketing egy beruházási tevékenység**, mely a cég, a szervezet legmeghatározóbb vagyonelemeit – úgymint reputáció, márka, ügyfélkör értéke – növeli.

INNOVÁCIÓVEZÉRELT MARKETING

INNOVÁCIÓMARKETING
+
MARKETINGINNOVÁCIÓ

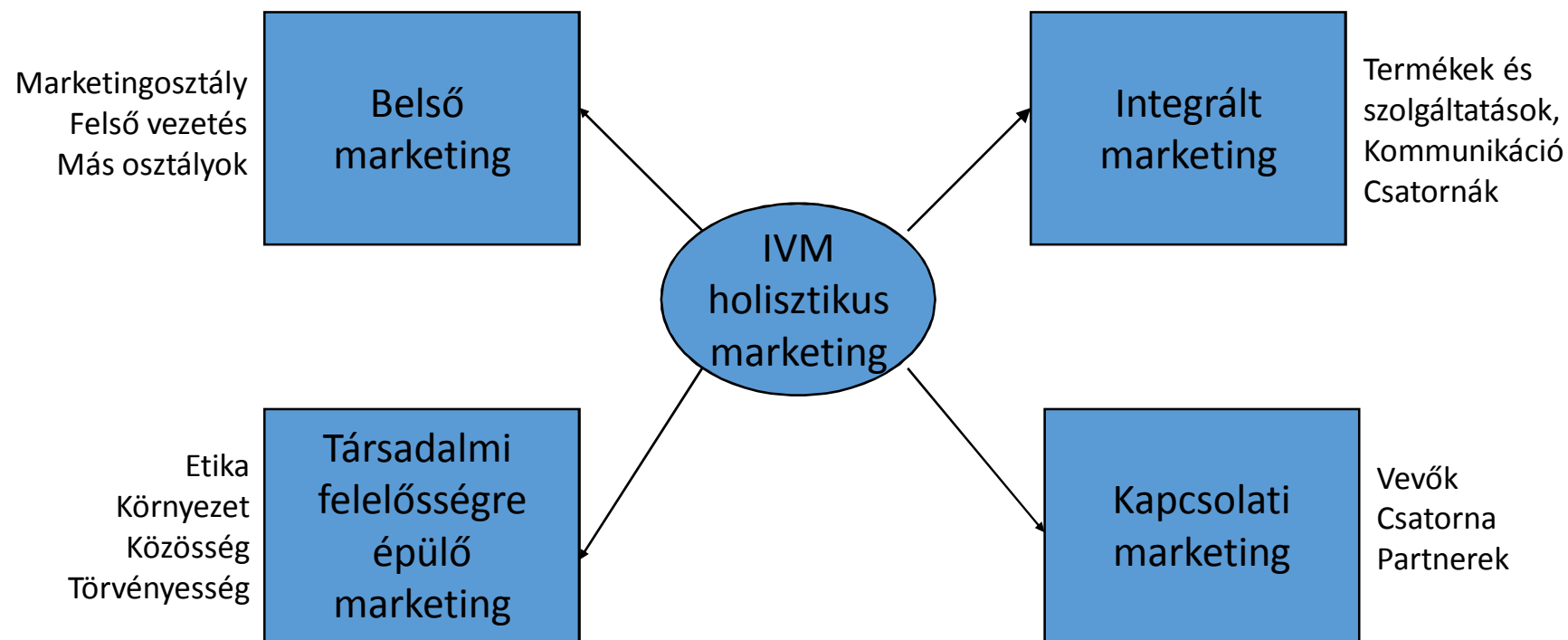
HATÁSOSSÁG + HATÉKONYSÁG

Innováció vezérelt marketing folyamat váza



Piskóti 2014.

A holisztikus marketing kotleri szemlélete mentén ...



Kotler 2008.



INNOVÁCIÓVEZÉRELT MARKETING SÚLYPONTJAI

1. Innovatív teljesítmény
2. Innovatív együttműködés a vevővel
3. Marketingkoalíciók
4. Marketingeszközök és internet
5. Nemzetközi marketing
6. Marketingrealizálás

Marketing hatékonyság és hatásosság

- Üzleti modellek
- Know-how management
- Prioritások
- Racionalizálás, Profilozás
- ügyfél, vevő-fókusz
- Márkaépítés
- Kommunikációs kiválóság
- benchmarking
- piacra lépés
- Professzionális innovatív marketing
- Folyamat-orientáltság
- Informatika-internet/intranet
- Adattárház
- Outsourcing
- Insourcing
- Előre és hátrafelé integráció



Trendi marketingtanácsok – ellentrendekkel

1. A **vevőorientáció** kiüti a termékorientációt. A releváns cél a vevők „elvarázslása”.
2. A **gyorsaság** mindent visz – a gyors felfalja a lassút.
3. A **one-to-one marketing** legyőzi a tömegmarketinget.
4. Az **integrált kommunikáció** nyer. A márkák döntőek a versenyben.
5. A **vevőkötődés** legyőzi a vevőszerzést. A kapcsolati marketing fontosabb a tranzakciós marketingnél.
6. A **meglepetés** előbbre való mint a folytonosság, kiszámíthatóság.
7. Az **emóciók** legyőzik a racionalitást, a tárgyyszerűséget.
8. Az **átfogó koncepciók** legyőzik az akciókat.
9. **Az átfogó marketing fontosabb a csúcsteljesítményeknél.**
10. **Az online mindent visz - legyőzi a marketing-”házi feladatot”.**

Marketingtrendek '15

1. „Meg kell értenünk a mobil vásárlót!
2. A kérdőív nem elég! BIG DATA–RIGHT DATA-INSIGHT
3. A médiavásárlást a magatartás és nem a demográfia alapján kell kezdeni!
4. A márkám mindenütt legyen ott!
5. A márka mérését (Brand Metrics - ROI) digitális kor kompatibilis megközelítésekre kell építeni
6. Az igazi innováció nagyobb jutalmat kap ..

Rubinson Partners Inc.

Marketingtrendek – hogy reklámozunk a jövőben?

- „Reklám 1.0.” eltűnik az internetről
- Social Media elveszíti kivételes státuszát
- Alapelv: online és offline összekapcsolása
- A régi célcsoportok kiszélesednek
- A válságmenedzsment mindennapivá válik

5 B2B Marketing Trend

1. Micro-targeting
2. Helyes „content” és „platform”
3. A mobil domináns
4. Marketing automatizálás
5. A „minőségi tartalomhoz”
professzionális szerzők kellene

Presented by NORTON

MARKETINGKULTÚRA VÁLTOZÁSA

1. A marketing-statisztikus

2. A marketing-mentalista

3. A marketing-gondolkodó

4. A marketing-favágó

„Meet the innovative strategists behind solutions that will ignite your business.”

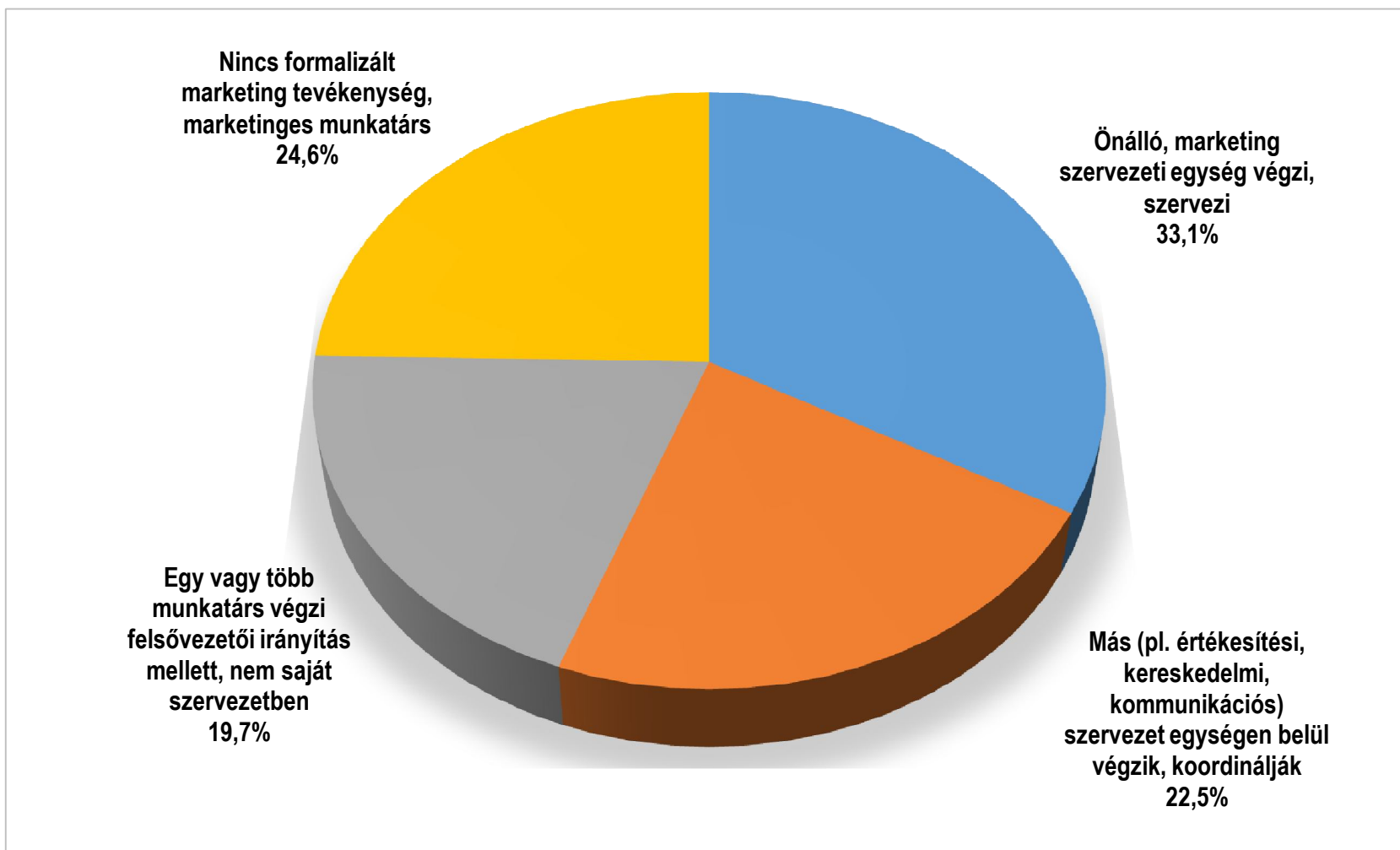


MARKETING INTÉZET

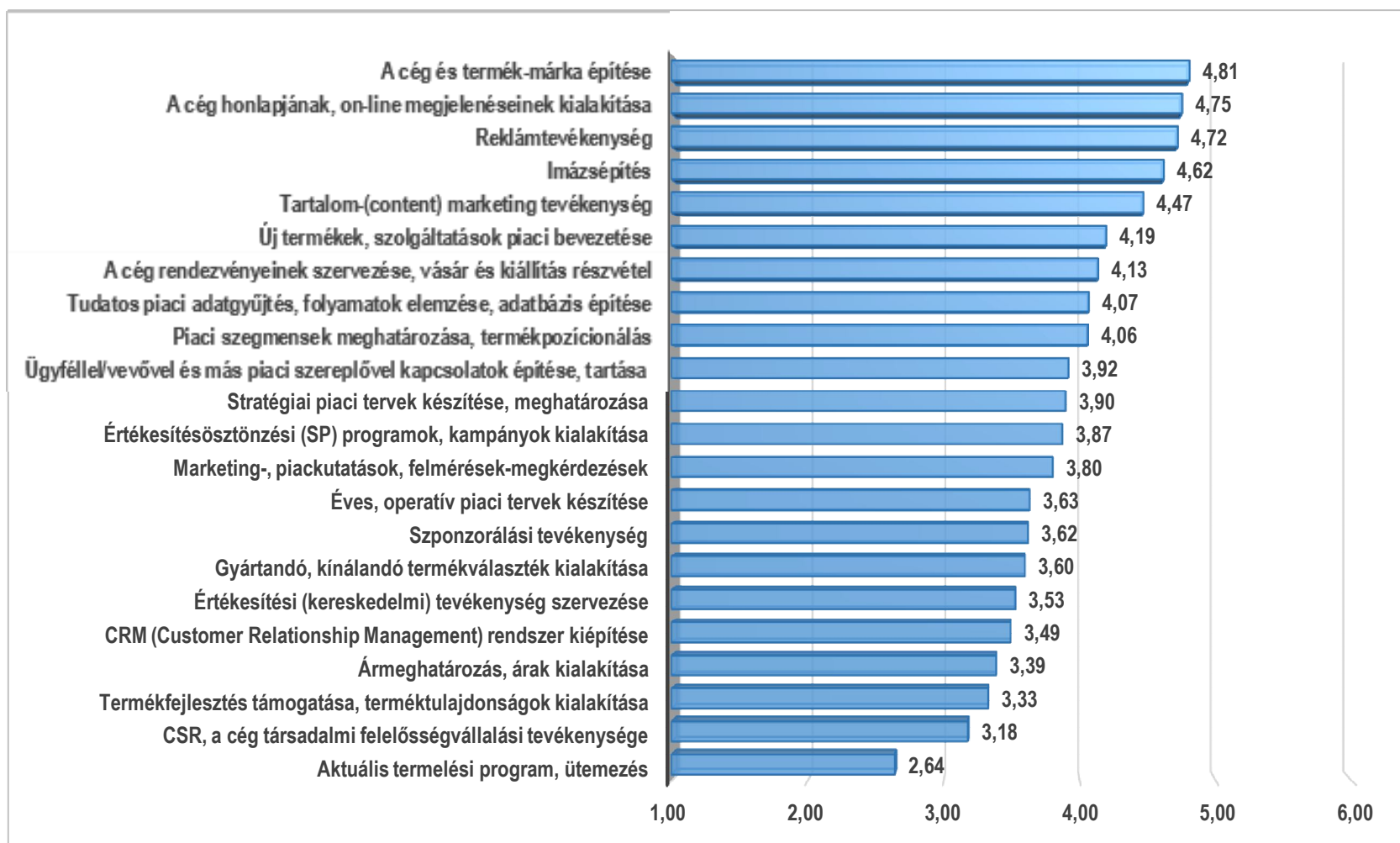
TREND-E A MARKETING NÁLUNK?

AZ MMSZ–MIM KUTATÁSI EREDMÉNYEIBŐL

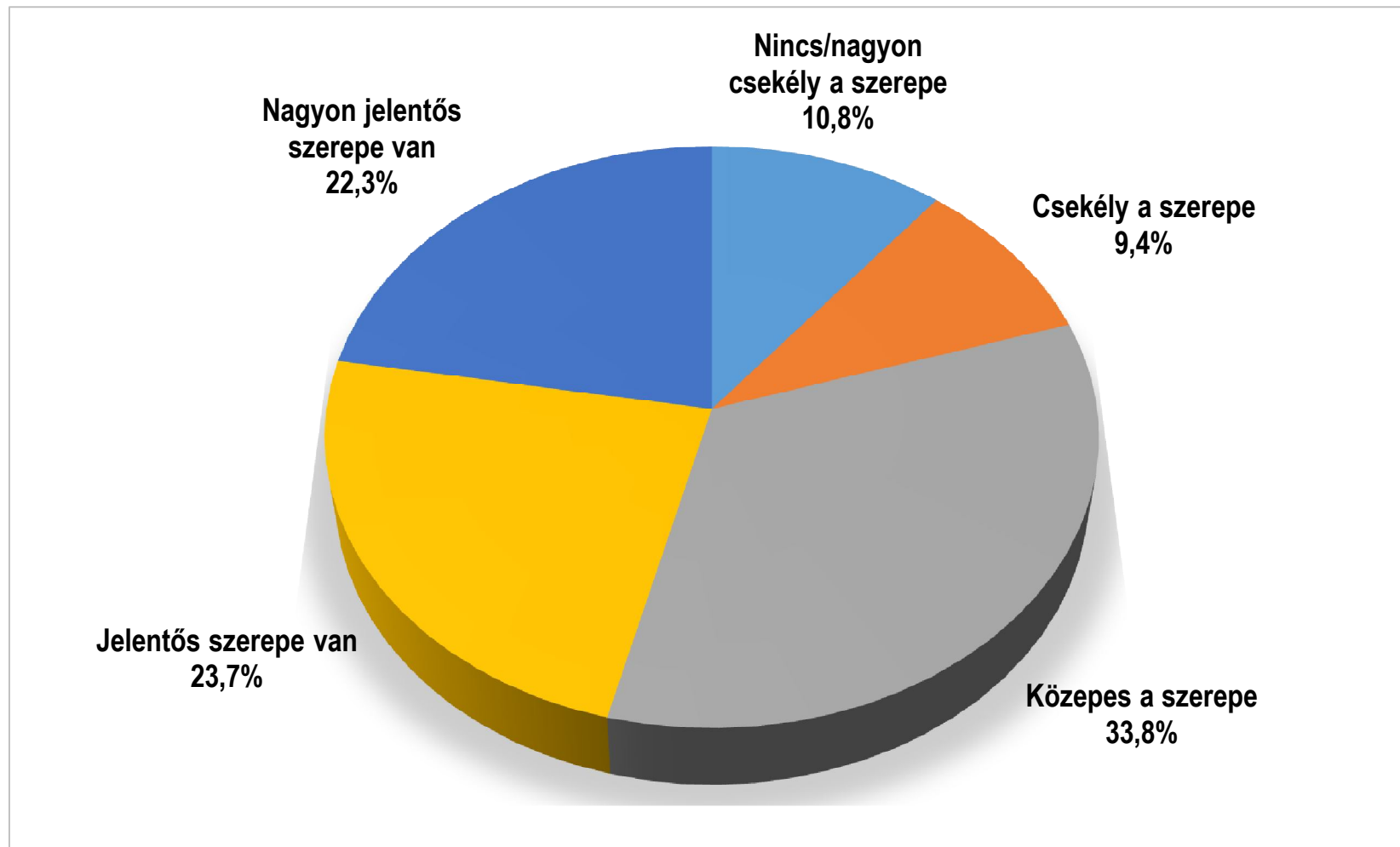
Hogyan jelenik meg a cégüknél, vállalkozásuknál a marketing tevékenység?



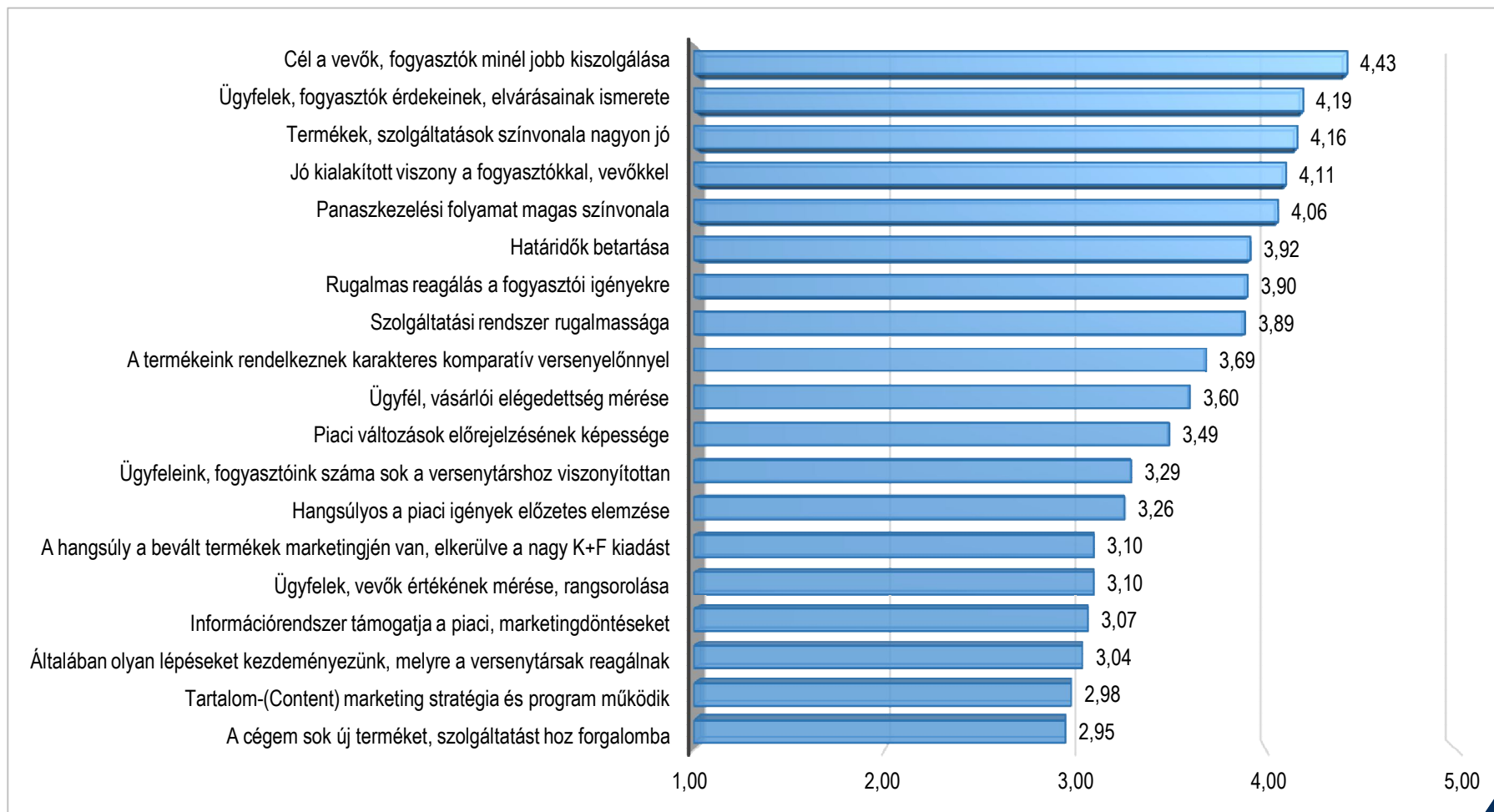
Milyen mértékben tartoznak a „marketingesek” illetékességi feladatkörébe az alábbi tevékenységek?



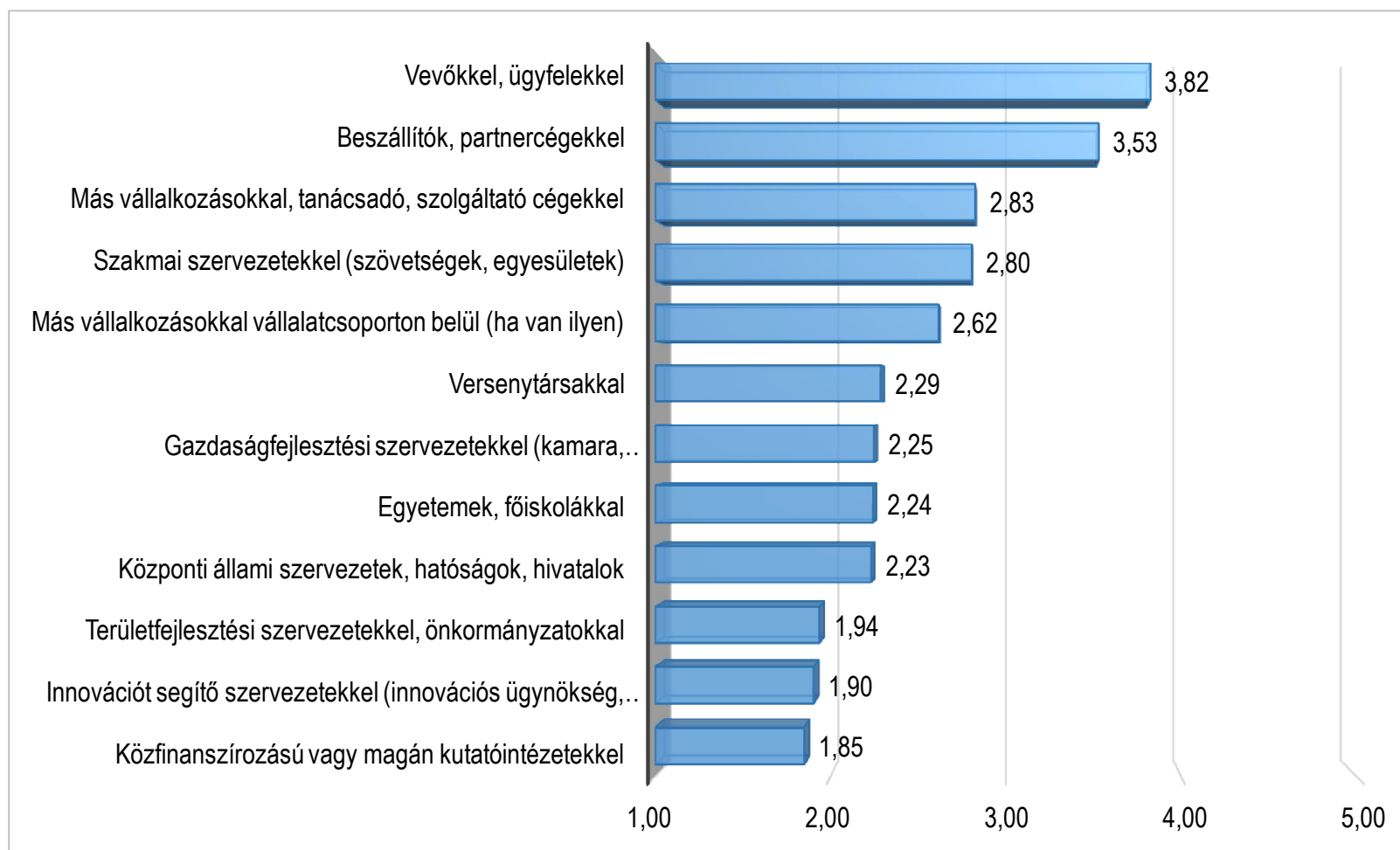
Mennyire jelentős a marketing szervezet súlya, szerepe a cégben?



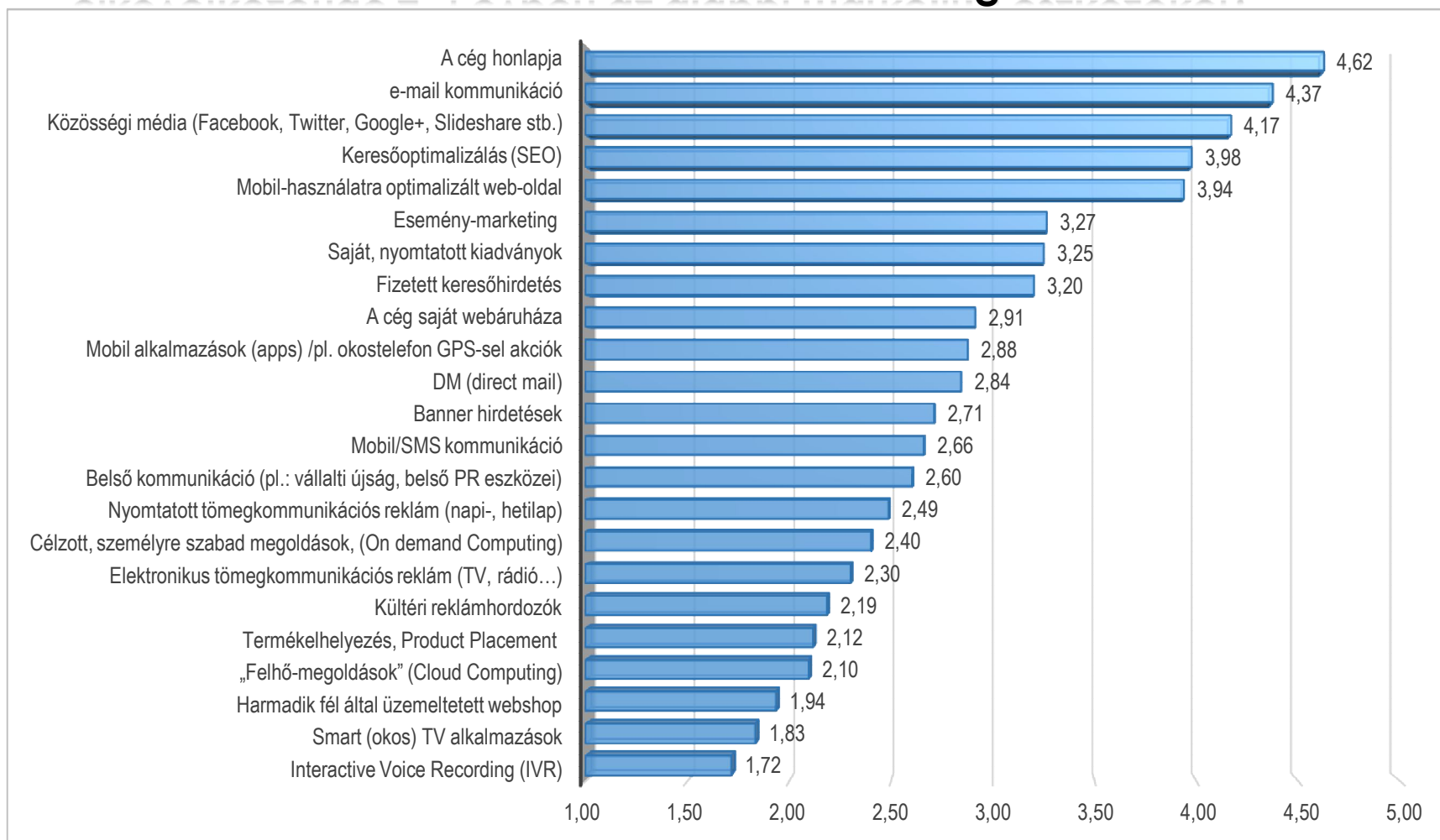
Mennyire jellemzőek cégükre, vállalkozásukra az alábbiak?



Milyen intenzívek, jellemzők az alábbi együttműködések, kooperációk a vállalkozásuk gyakorlatára?



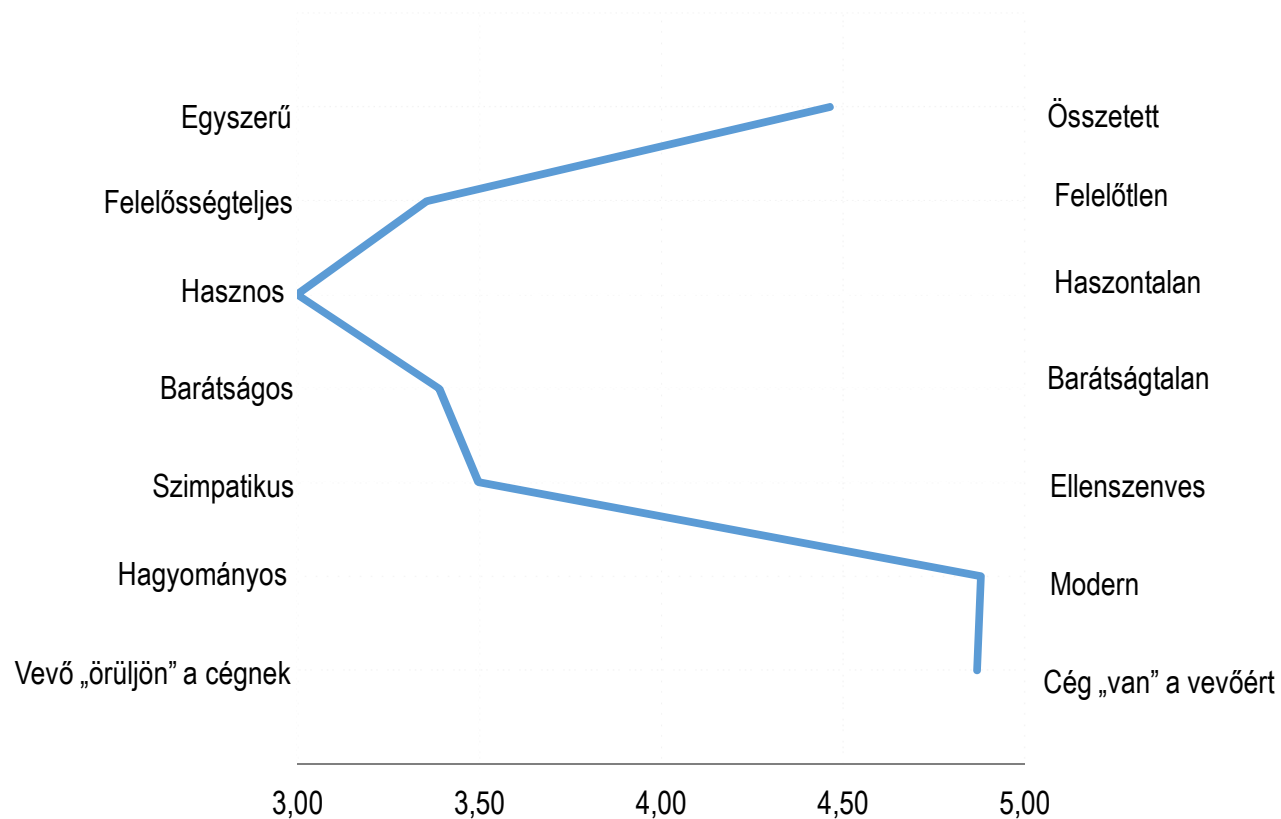
Véleménye szerint mennyire intenzíven fogja használni cégük az elkövetkezendő 2-4 évben az alábbi marketing eszközöket?



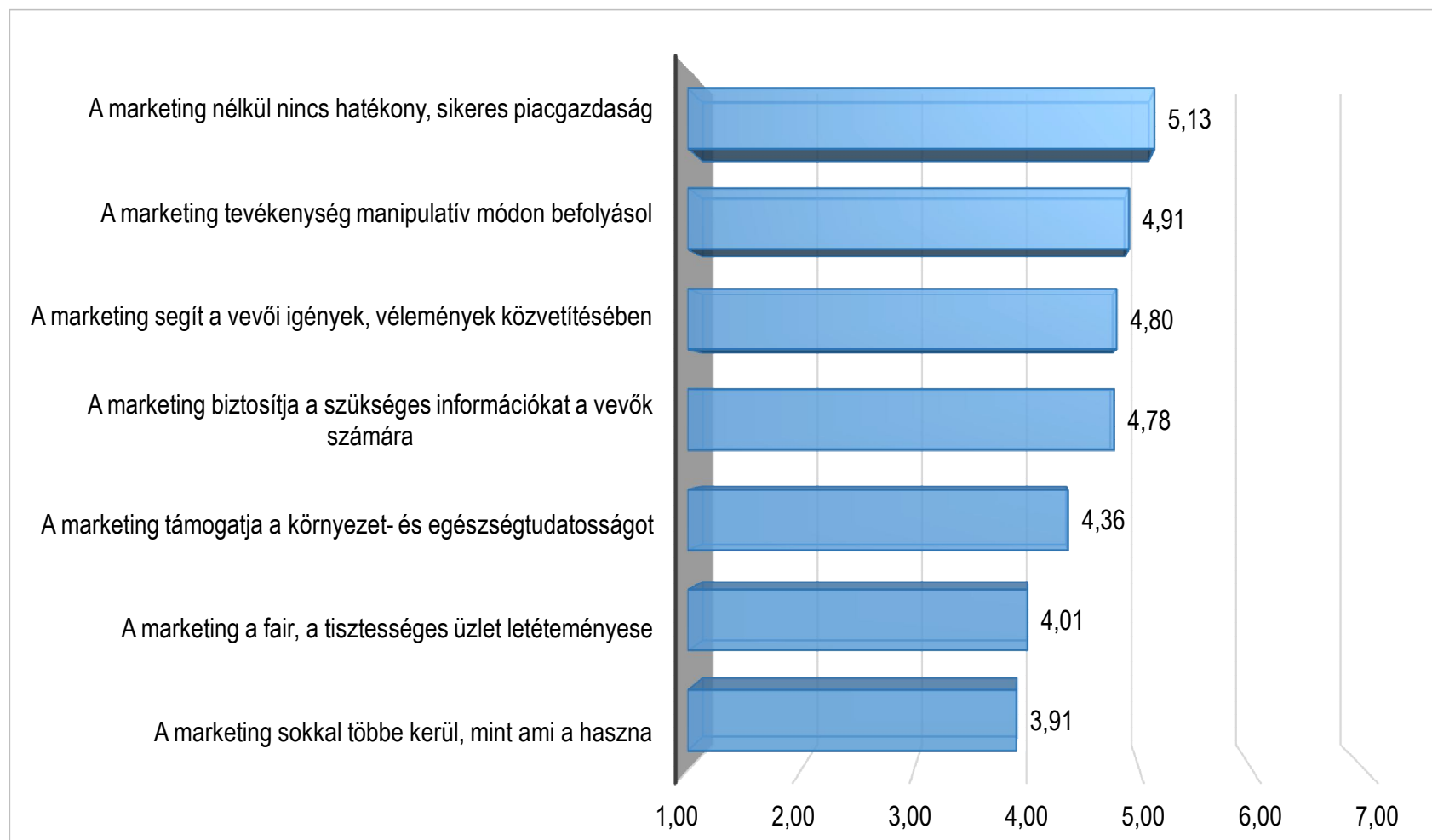
Így látjuk, így használjuk a marketinget!

Lakossági megkérdezés eredményeiből

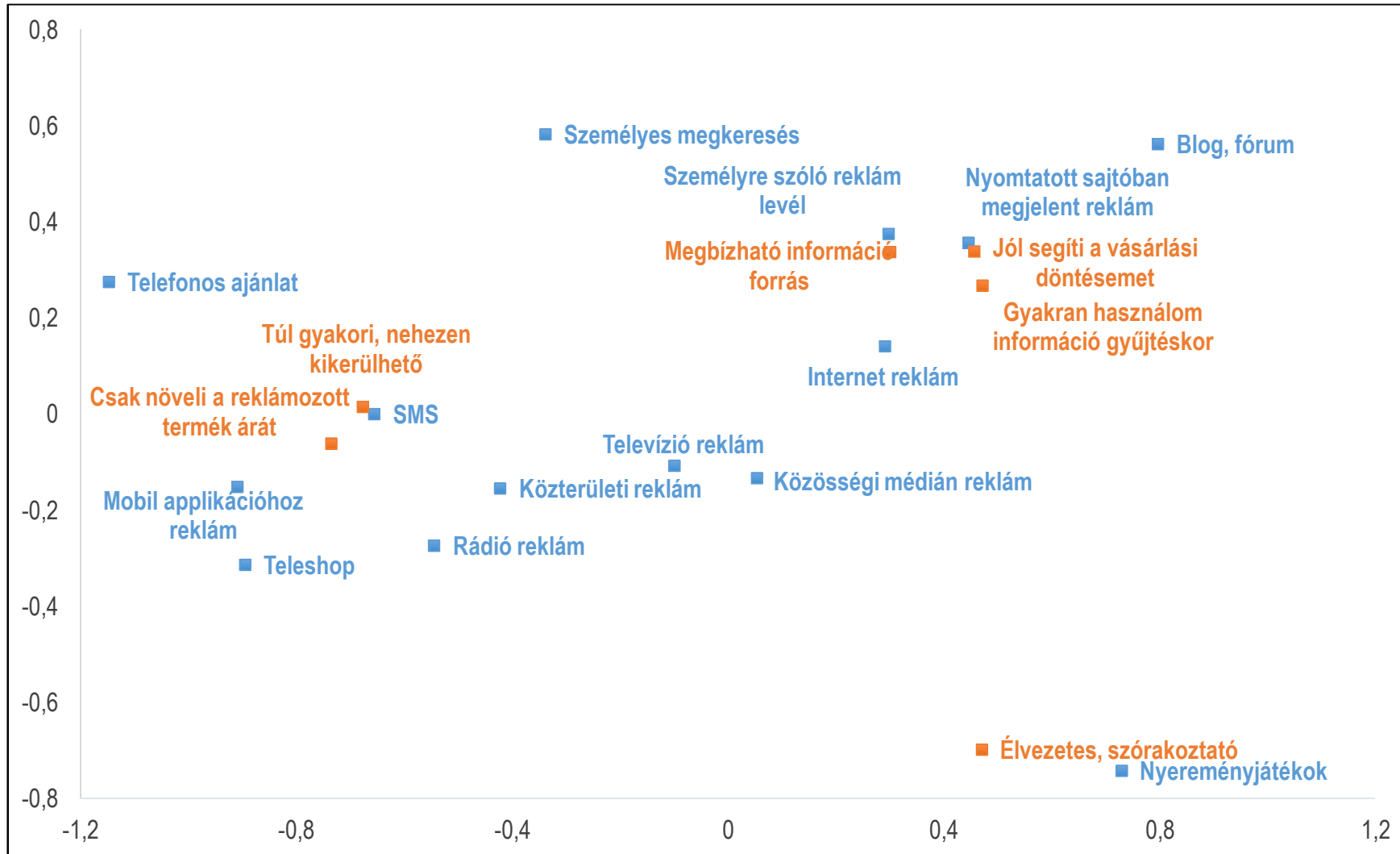
A vállalatok marketing tevékenysége...



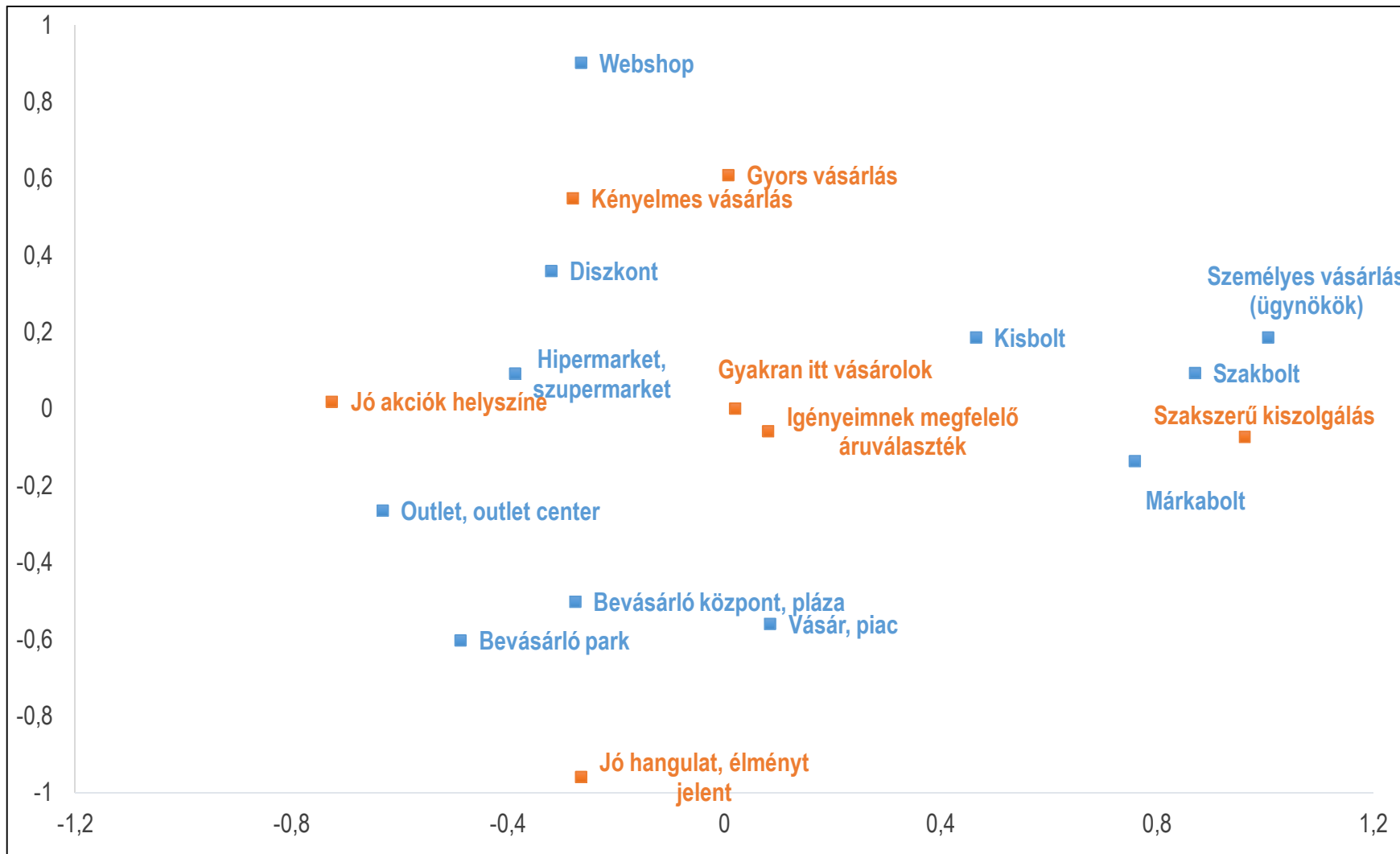
A marketing általános megítélése



Kommunikációs eszközök



Értékesítési csatornák, formák



Vevői, fogyasztói, vásárlói felelősségtudat

