

УДК 339.1
ББК 65.290-2
К73

Издано при содействии
рекламного агентства
«Хорошие Люди»

Переводчики Т.В. Виноградова, А.А. Чех, Л.Л. Царук
Редактор М. Суханова

Котлер Ф.

К73 Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Филип Котлер ; Пер. с англ. — 3-е изд. — М.: Альпина Паблишер, 2011. — 211 с.

ISBN 978-5-9614-1645-9

Эта книга всемирно известного специалиста в области маркетинга Филипа Котлера стала настольной для миллионов руководителей и специалистов по маркетингу. В ней в сжатой и понятной форме изложены 80 концепций эффективного маркетинга, наиболее важных для успеха компаний в современных условиях. Эта книга дает наилучшее представление как о классических инструментах маркетинга, которые прошли испытание временем, так и о новых инновационных разработках, которые стали использоваться только в последние годы.

Книга обязательна к прочтению бизнесменам, менеджерам отдела маркетинга всех уровней, а также студентам.

УДК 339.1
ББК 65.290-2

Все права защищены. Никакая часть этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в сети Интернет и в корпоративных сетях, а также запись в память ЭВМ для частного или публичного использования, без письменного разрешения владельца авторских прав. По вопросу организации доступа к электронной библиотеке издательства обращайтесь по адресу lib@alpinabook.ru.

ISBN 978-5-9614-1645-9 (рус.)
ISBN 978-0-4712-6867-3 (англ.)

© Philip Kotler, 2003
© Издание на русском языке, перевод, оформление. ООО «Альпина», 2011

Содержание

К читателям	9
Предисловие	11
Введение	13
Активы и ресурсы маркетинга	18
Аутсорсинг	19
Бренды.....	21
Возможности	30
Гарантии	32
Дизайн.....	34
Дифференциация	36
Изменения	39
Имидж и эмоциональный маркетинг	41
Инновации.....	42
Инструментарий маркетинга.....	45
Интернет и электронный бизнес	49
Информация и аналитика	52
Исполнение и контроль	55
Качество.....	58

6 Маркетинг от А до Я

Компании.....	59
Конкурентные преимущества	62
Конкуренты	63
Консультанты	65
Контрольные показатели	66
Корпоративный брендинг	69
Креативность.....	70
Лидерство.....	74
Лояльность.....	77
Маркетинг B2B.....	80
Маркетинг впечатлений	81
Маркетинг отношений.....	82
Маркетинг отношений и новые маркетинговые инструменты.....	84
Маркетинг по базам данных	85
Маркетинг при спаде	88
Маркетинговые исследования	91
Маркетинговые коммуникации и продвижение	95
Маркетинговые планы	97
Маркетинговые роли и навыки	100
Международный маркетинг	102
Менеджмент	106
Миссия	108

Нематериальные активы	110
Неформальные коммуникации	111
Организации	113
Ориентация на клиента	114
Отношения между маркетингом и другими отделами	116
Позиционирование	121
Поставщики	124
Потребители	125
Потребности	130
Предпринимательство	132
Прибыли	133
Прогнозы и будущее	136
Продажи	138
Продукт	141
Прямые рассылки	144
Разработка новых продуктов	145
Распределение и каналы распределения	146
Реклама	150
Розничные продавцы	158
Рынки	161
Связи с общественностью	163
Сегментация	165
Сервис	167

8 Маркетинг от А до Я

Сотрудники.....	168
Спонсорство	172
Средства массовой информации	174
Стимулирование сбыта	175
Стратегии развития.....	178
Стратегия	182
Телемаркетинг и контакт-центры.....	186
Тенденции в маркетинговом мышлении и практике.....	187
Технологии.....	189
Торговый персонал	190
Удовлетворенность клиента	193
Управление взаимоотношениями с клиентами (CRM).....	195
Успехи и неудачи	197
Финансовый маркетинг	199
Фокусирование и определение ниши	201
Целевые рынки	203
Цели и задачи.....	204
Цена.....	206
Ценность	207
Этика маркетинга	210
Яркость.....	212