

Business Marketing Menedzsment 2.

Dr. Piskóti István
Miskolci Egyetem
Marketing Intézet

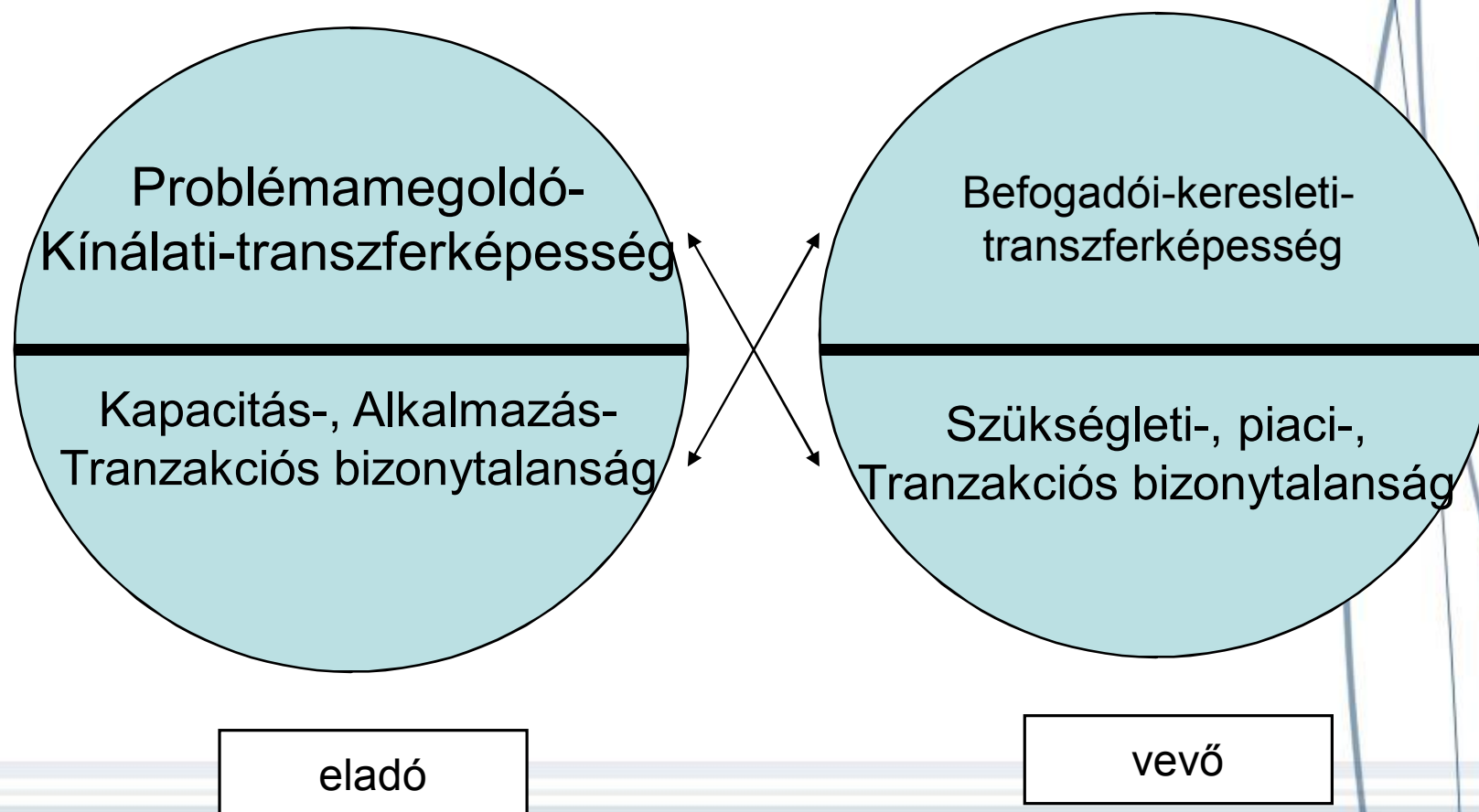
Marketing alapsajátosság: gyakorta „még nem létező termékek” eladása

- **Először értékesítjük** (szerződést kötünk)
majd
- **megtervezzük és**
- **leszállítjuk, beüzemeljük**
a
terméket.

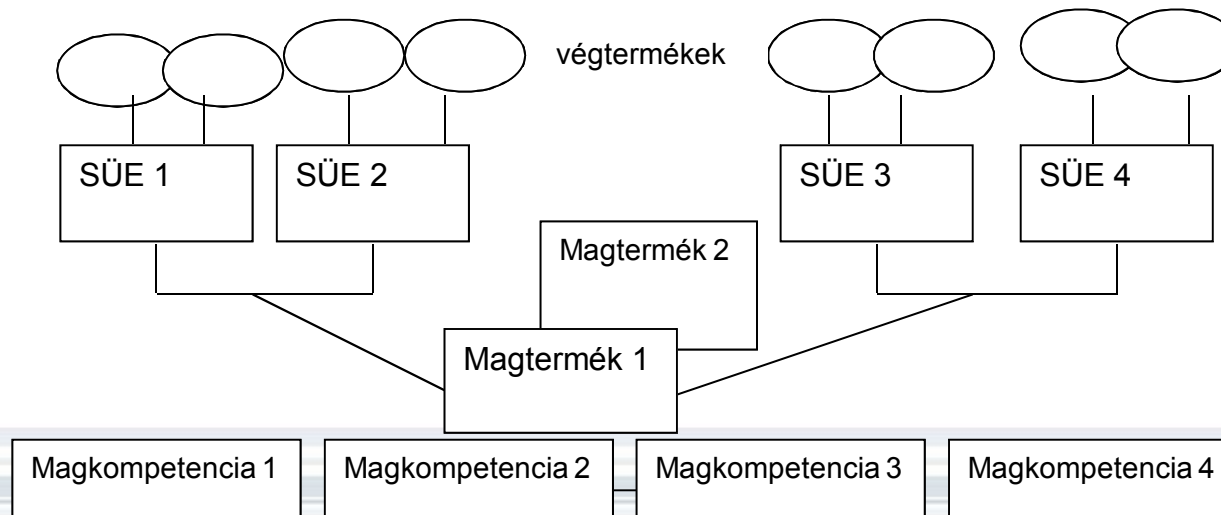
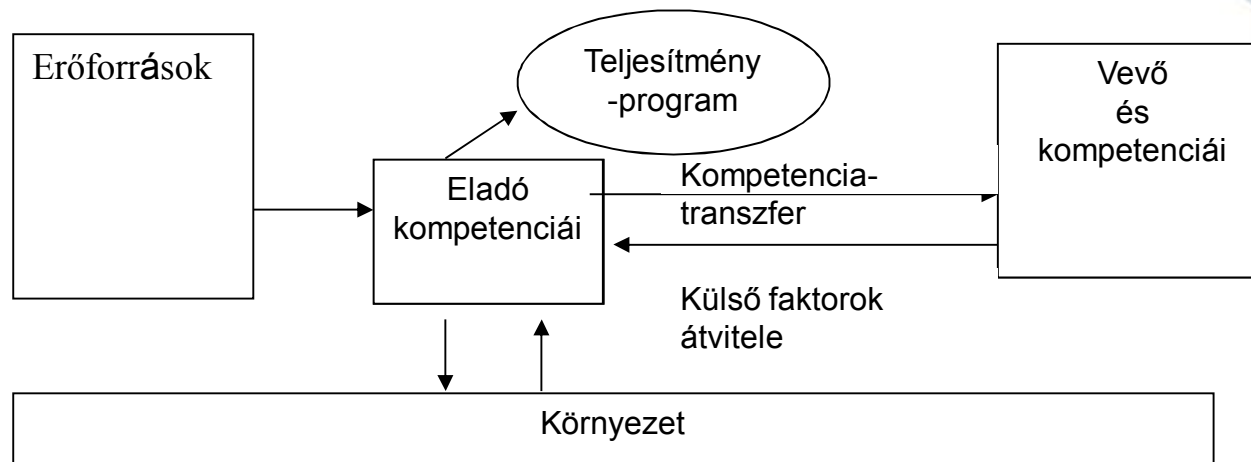
Akkor mit is adunk el?

■ VEVŐPROBLÉMÁK MEGOLDÁSA

Eladó-vevő egymásrautaltsága problémamegoldásban



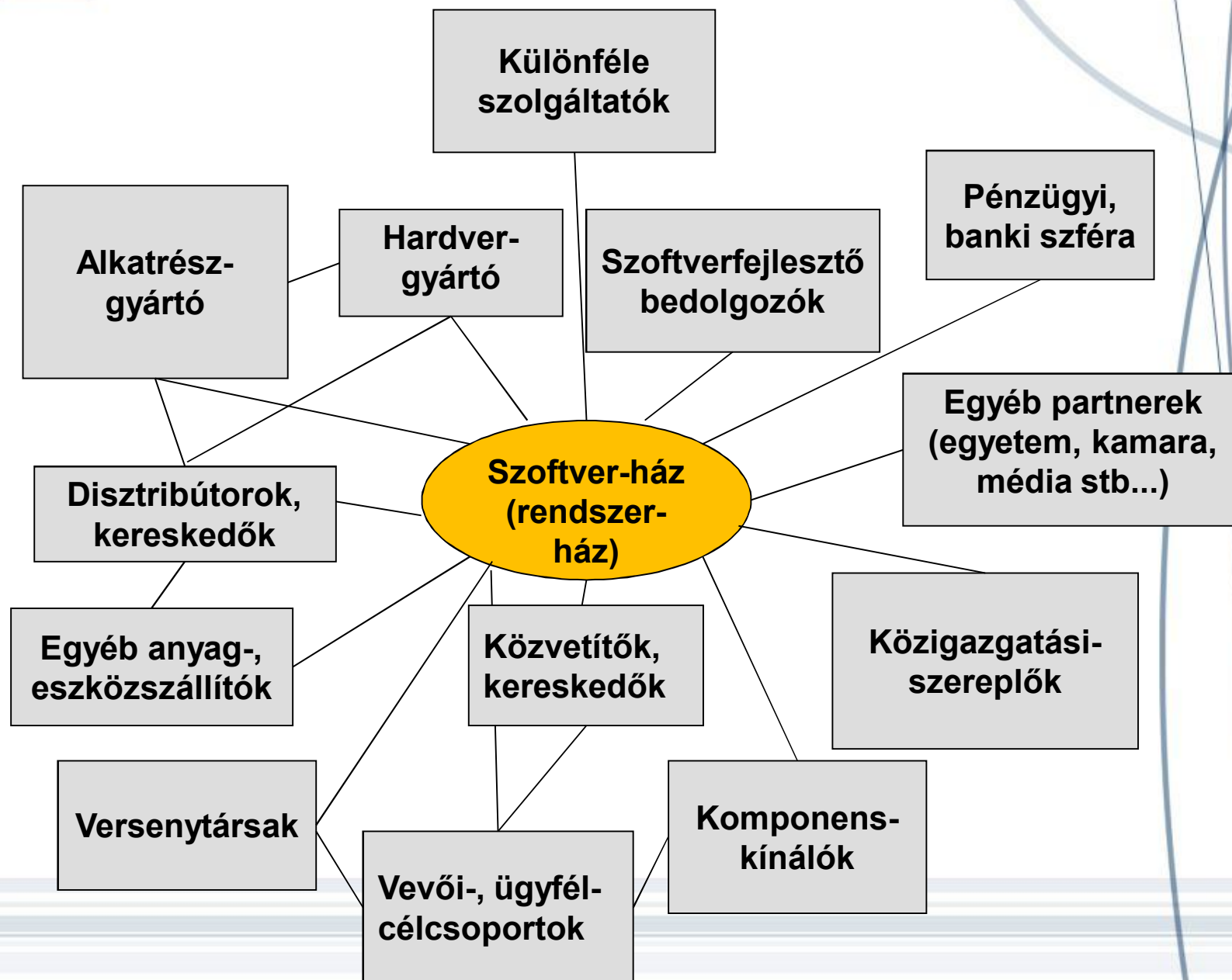
Kompetenciák és transzfere a kiterjesztett interpretációban



A business piac működése

○ VÁLLALATI HÁLÓZATOK KAPCSOLATÁNAK MENEDZSELÉSE

Network-marketing - Relationship-marketing



A marketing kihívásai

- verseny növekvő globalizálódása,
- a technika felértékelődő szerepe,
- új gyártási technológiák,
- nagy k+f igények,
- növekvő általános investíciós nagyságok,
- a piacon gyors áresés
- rövidülő termék-életciklusok,
- stratégiai szövetségek megjelenése,
- vevő nem mindig tudja definiálni igényét
- a beszerzési folyamat felértékelődik,
- a vásárlást követő nagy utólagos beruházások igénye,

globalizáció

innováció

költségek

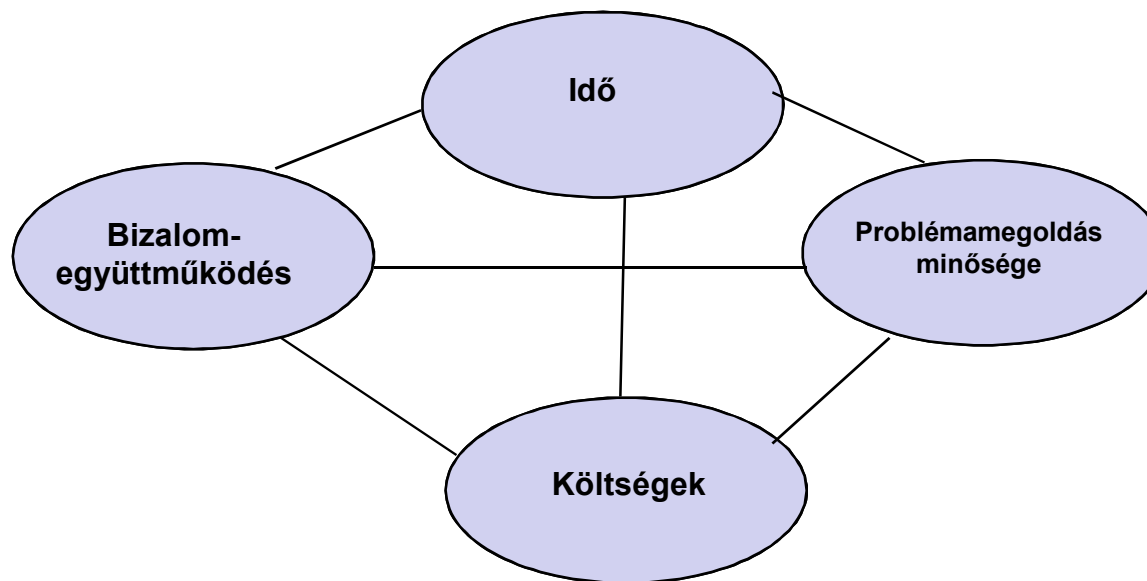
idő

együttműködés

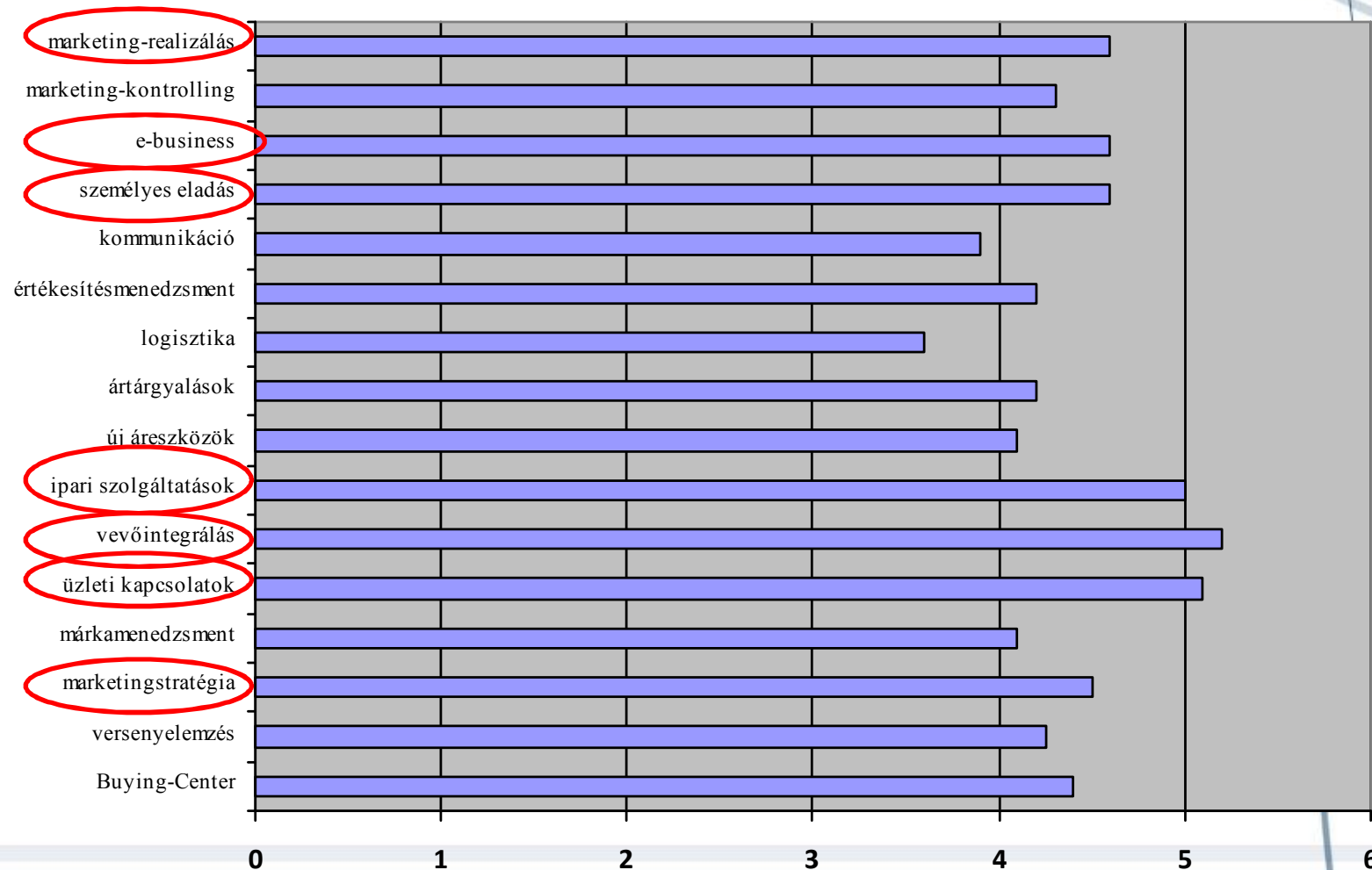
ügyfélismeret

bizalom

- Marketinghiányosságok kiinduló oka a belső marketing gyengesége.

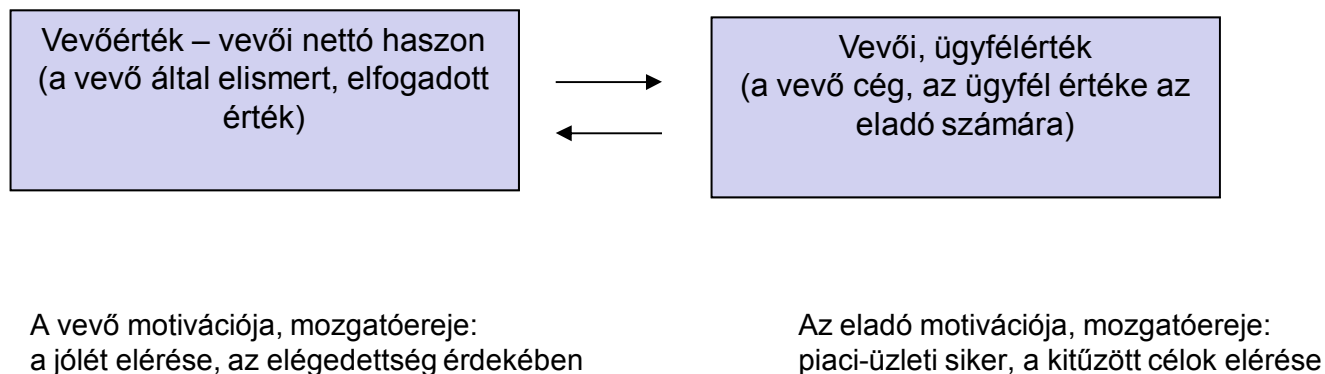


Business marketing kutatási súlypontok



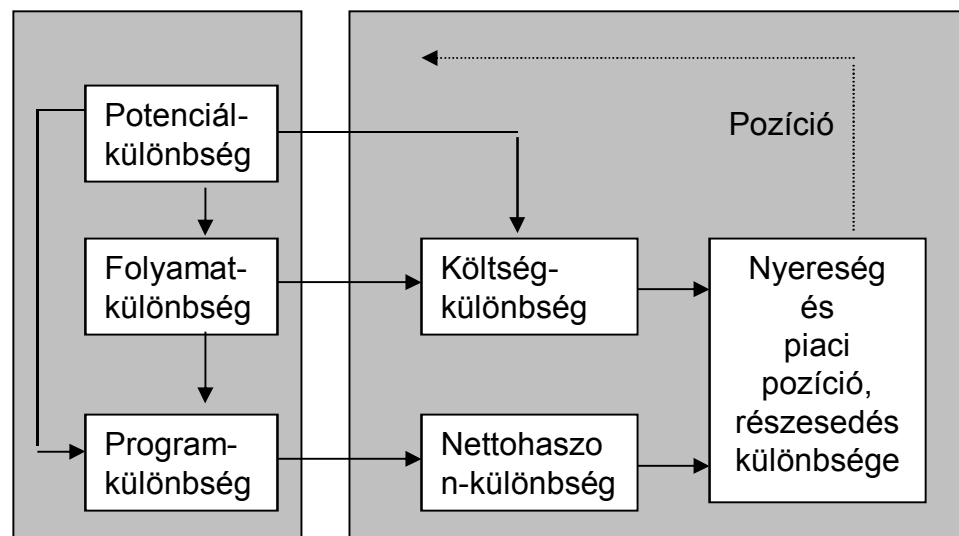
(forrás: Backhaus-Voeth 2004.15.o.)

A vevőérték kettős értelmezése, mint a csere mozgatói



Forrás: saját szerkesztés Cornelsen 2000. 294. alapján

Versenyelőnyök kiépítési modellje



Előnyök oka,
alapja

Előnyök típusa

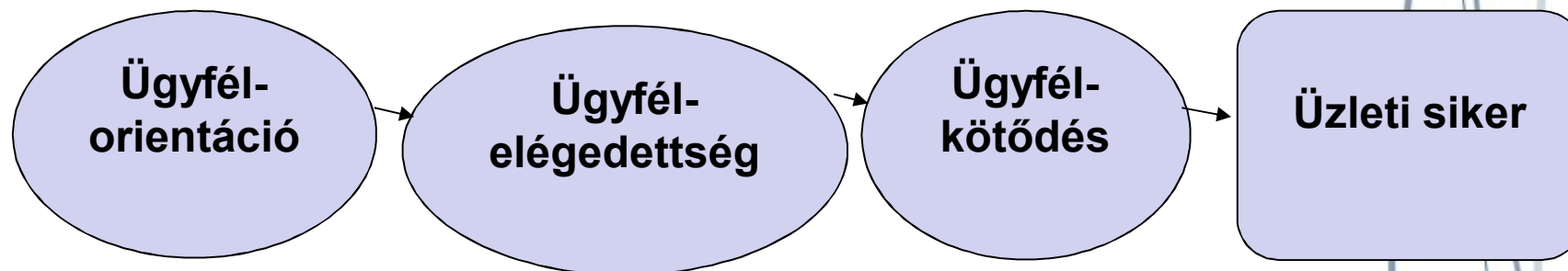
Előnyök hatása

Forrás: Kleinaltenkamp-Plinke(1995) 62.o.

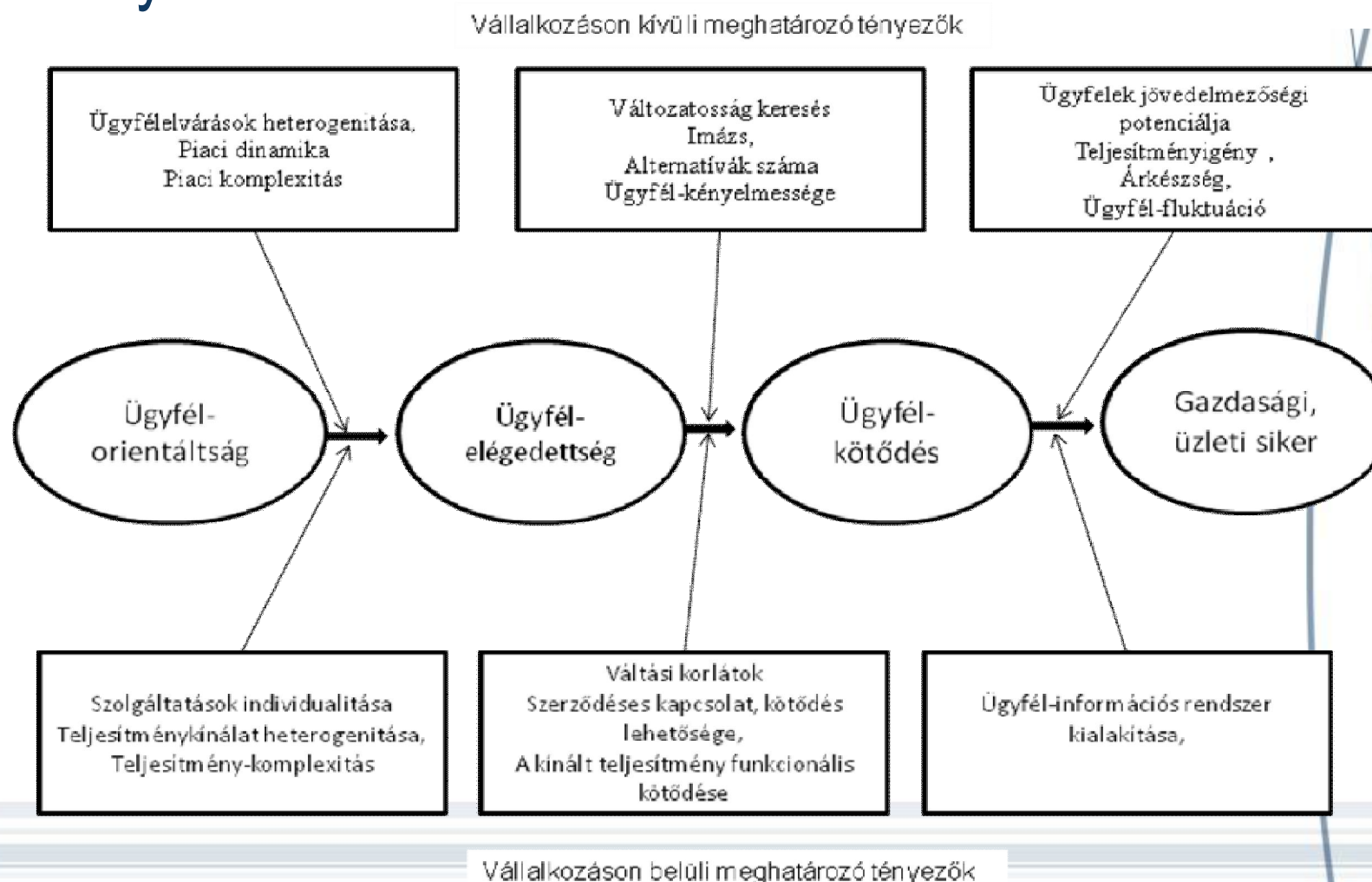
- A **potenciállok** azok a kompetenciák, képességek, erőforrások, kapacitások, támogatások és eltérő lehetőségek, amiket egy cég aktivizálni tud. A versenytársakhoz képesti potenciálkülönbségek adják egy cég versenyelőnyének felhasználható forrásait, lehetőségeit. Potenciálkülönbségeket az alábbiak eredményezhetnek:
 - humán erőforrás, emberi tényezőkben rejlő adottságok,
 - kutatók, fejlesztők kreativitása,
 - tervezői kompetencia,
 - új technológiákhoz jutás lehetőségei,
 - vevőelvárások ismerete, felhasználói know-how,
 - széles választék,
 - reputáció,
 - előnyös telephely,
 - nyersanyaghoz való hozzájutás, beszállító-közelség,
 - tőkebázis,
 - kapcsolat fontos véleményformálókhoz, multiplikátorokhoz,
 - stabil üzleti kapcsolatok,
 - kooperációs szövetséghez való tartozás, hogy csak a legfontosabbakat emeljük ki.

- A **folyamatok** a vállalkozások számára hasonlóan versenyelőnyöket eredményezhetnek, hiszen kombinálják, megszervezik a cégpotenciálokat. A vállalkozások jellemző értékalkotó folyamatai: a bejövő logisztika, a termelési/szolgáltatási folyamatok, marketing és értékesítés, kimenő logisztika, vevőszolgálat, mint primer aktivitások, illetve a vállalati infrastruktúra, munkaerő-gazdálkodás, technológiafejlesztés és beszerzés, mint támogató aktivitások. Mindezen aktivitásokat a piacorientáció kell, hogy meghatározza, melynek közvetítésében a marketing-tevékenység folyamatszervező hatékonyságának meghatározó szerepe lehet. A vállalkozások jellemző értékalkotó folyamatait a Porter-féle értéklánc alapján közelíthetjük meg, mely kapcsán az alábbi tényezők vizsgálata, pl. különbségek feltárása kívánatos:
 - Milyen hosszú egy termelési, egy szerződési ciklus?
 - Milyen gyorsan tud egy vállalkozás a kereslet változásaira reagálni?
 - Milyen gyorsan tudja a vállalkozás a fejlesztési folyamatait megvalósítani?
 - Milyen összegeket fordít egy vállalkozás a versenytársaihoz képest az egyes folyamat-elemekre, kutatás-fejlesztésre, marketingre stb.?
 - Hogyan szervezi meg a vállalkozás versenytársaihoz képest az értékesítést?
 - Miként épül fel a vállalkozás menedzsment-struktúrája?
 - Mennyire piacorientáltan működik a vállalkozás?
 - Milyen hatékony a folyamatok szervezése a versenytársakhoz képest, milyen funkciók valósíthatók meg előnyösebben külsők által?

Az ügyfélmenedzsment szükségességét megalapozó alapösszefüggések



Az ügyfélmenedzsment logikai folyamatára ható tényezők



Ügyfélelégedettség és ügyfélérték-orientált business marketingmenedzsment keretei

