



**MARKETINGO  
PAGRINDAI.  
NUO KO PRADĖTI?**

Tomas Kirša // 2020 06 08

# KOKIOS BUS KURSO TEMOS?

## 01.

### INTRO (TRUMPAI)

Kas yra rinkodara ir jos „sesės“?

## 03.

### BRAND‘O KŪRIMAS+KOM UNIKACIJA

Reputacijos/ekspertiškumo kūrimas per asmeninius ir korporatyvinius prekių ženklus

## 02.

### RINKODARA DRAUGAUJA SU PARDAVIM AIS

Pardavimų kanalai, pakuočių dizaino įtaka, savo nišos ieškojimas

## 04.

### ŽINIŲ PRITAIKYMAS SAVO DARBE

Savarankiškas darbas

# „IŠ LŪPŲ Į LŪPAS“ ŠIANDIEN PAKEITĖ „ŽODIS INTERNETE TAVO KITO ŽODŽIU“

Reklama egzistavo nuo seniausių laikų, nes pirkėjų rekomendacijos. Šiandien tokios rekomendacijos „atėjo“ į internetą, tik sklaida nuo vidutiniškai 6 žmonių rato išaugo iki 3000, todėl svarbu atsakingai bendrauti su kiekvienu



# KAS YRA RINKODARA/MARKETINGAS 001 TEORIJOJE?

Marketingas – tai poreikių išsiaiškinimo ir jų tenkinimui reikalingų sprendimų priėmimo bei įgyvendinimo procesas, padedantis siekti žmogaus ar organizacijos tikslų

*/P. Kotleris/*



# MARKETINGAS

rinkotyra+rinkodara



Pardavimo strategijos organizavimas ir vykdymas.

**KOMA**<sup>®</sup> Terminas “*Rinkodara*” apibūdintas Lietuvos komunikacijos agentūrų asociacijos KOMAA tinklalapyje

# 01 MARKETINGAS

Klientų suradimas ir jų lojalumo  
išlaikymas



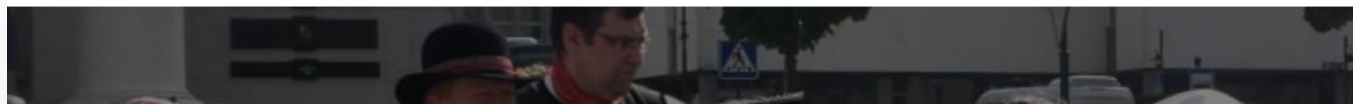
# ŠIANDIEN VIS DAUGIAU PIRKĖJŲ PRIEŠ PIRKdami IEŠKO REKOMENDACIJŲ IR KITŲ PIRKĖJŲ PATIRČIŲ, PERKANT NET IŠ AMATININKŲ IR TAUTODAILININKŲ

Visgi nežinodami kokiais kriterijais vadovauti – renkasi kainą ar turinčius daugiau „ženkliukų“ ir tai reklamuojančius



ETNINĖS KULTŪROS GLOBOS TARYBA

TITULINIS    NAUJIENOS    APIE TARYBĄ    STRUKTŪRA IR KONTAKTAI    VEIKLA    PASLAUGOS    LIE



# LAIMI KALBANTYS APIE SAVE, BET DAŽNAI NE TIE NUSIPELNE

Gamintojo „Žemaitijos pienas“ kuriami sūriai „Džiugas“ pristatomi kaip kultūrinis paveldas, o daugeliui turistų tai yra jau lietuviško skonio „etalonas“, nors su tuo nesutinka vietiniai amatininkai, ūkininkai





# KAI PARDUODAMA EMOCIJA, APIE DETALES KALBANTYS VISADA LAIMI



Didžioji dalis pirkėjų rinksis „maksiminius“ kepinius, nes nesuprasdami, kodėl reikia rinktis brangesnį variantą, kai jis net neturi sertifikatų.

# MARKETINGAS PADĖS, KAI ĮDĖSITE PASTANGŲ IR NORĖSITE BŪTI SURASTU

## Rimantas Pilibavičius

**Adresas:** Šilutės r.

**El.paštas:** pilypai@gmail.com

**Tel.numeris:** +370 676 35527

| Data       | Sertifikato numeris | Sertifikatas              |
|------------|---------------------|---------------------------|
| 2018-06-14 | 857                 | TPP A kateg. sertifikatas |

| Tautinio paveldo produktas | Rūšis                           | Kategorija |
|----------------------------|---------------------------------|------------|
| Geldos                     | Rykai maistui ruošti ir laikyti | A          |

**Aprašymas:**

## Alvydas Pečkys

**Adresas:** Vilkaviškio r.

**El.paštas:** aakalviai@gmail.com

**Tel.numeris:** +370 673 28445

| Data       | Sertifikato numeris | Sertifikatas              |
|------------|---------------------|---------------------------|
| 2015-10-16 | 00756               | TPP A kateg. sertifikatas |

| Tautinio paveldo produktas | Rūšis                   | Kategorija |
|----------------------------|-------------------------|------------|
| Užraktai                   | Trobesių, baldų apdaila | A          |

**Aprašymas:**

# MARKETINGAS PADĖS, KAI ĮDĖSITE PASTANGŲ

## Rimantas Pilibavičius

Adresas: Šilutės r.

El.paštas: pilypai@gmail.com

Tel.numeris: +370 676 35527

| Data       | Sertifikato numeris | Sertifikatas              |
|------------|---------------------|---------------------------|
| 2018-06-14 | 857                 | TPP A kateg. sertifikatas |

| Tautinio paveldo produktas | Rūšis                           | Kategorija |
|----------------------------|---------------------------------|------------|
| Geldos                     | Rykai maistui ruošti ir laikyti | A          |

Aprašymas:

## Alvydas Pečkys

Adresas: Vilkaviškio r.

El.paštas: aakalviai@gmail.com

Tel.numeris: +370 673 28445

| Data       | Sertifikato numeris | Sertifikatas              |
|------------|---------------------|---------------------------|
| 2015-10-16 | 00756               | TPP A kateg. sertifikatas |

| Tautinio paveldo produktas | Rūšis                   | Kategorija |
|----------------------------|-------------------------|------------|
| Užraktai                   | Trobesių, baldų apdaila | A          |

Aprašymas:

Rinkodara prasideda nuo pilnai pateiktos informacijos apie save:

- Maža biografija;
- Paslaugos/prekės;
- Kontaktai;

# VARTOTOJAI ŠIANDIEN NORI ASMENIŠKUMO IŠ SMULKIŲJŲ, 004 BET NESUTINKA TAIKYTI „KITOKIUS STANDARTUS“ DĖL KOKYBĖS DĖL JŲ DYDŽIO

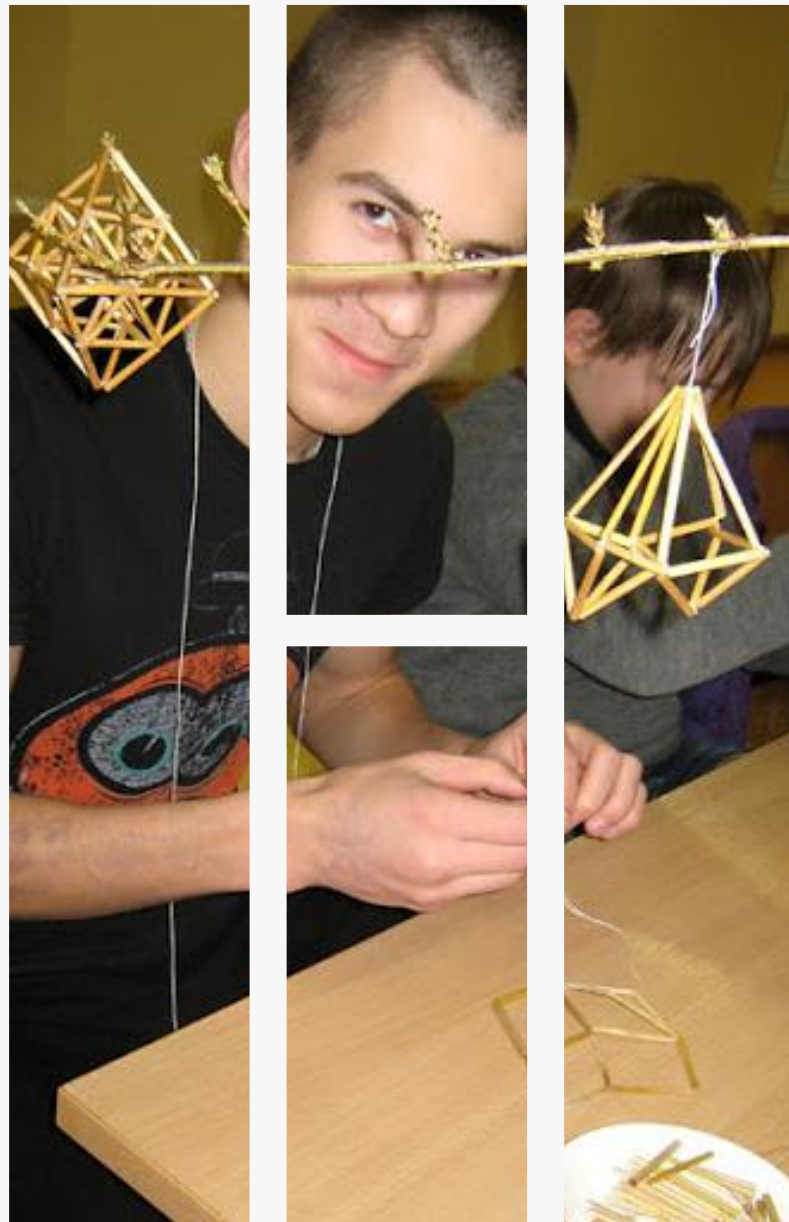
Šiandien vartotojai neturi laiko net „suvirškinti“  
informacijos – vienam informacijos vienetui  
vidutiniškai skiria iki 1,5 sekundės.



# PIRKĖJUI NERŪPI JŪSŲ VERSLO DYDIS

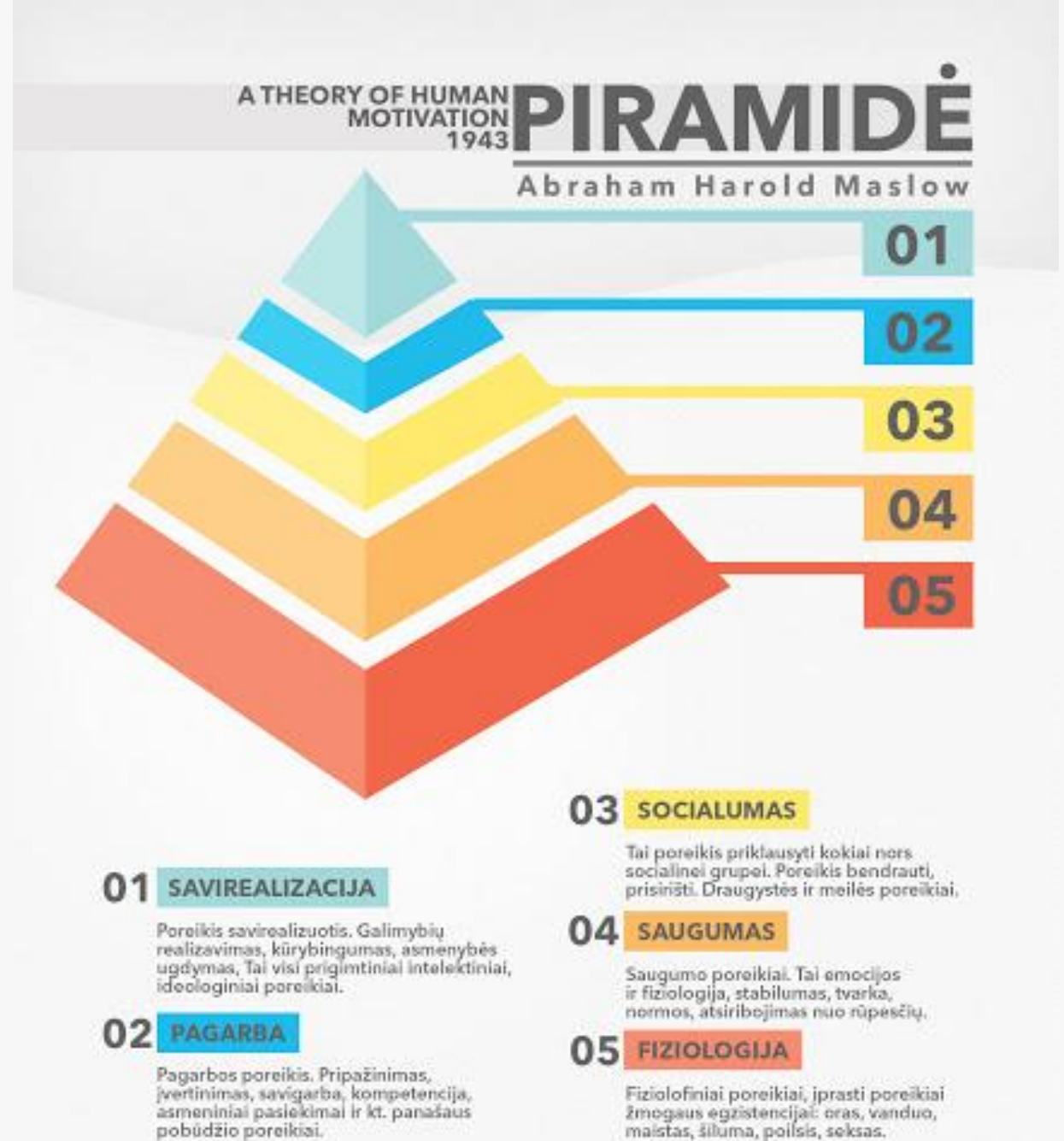
Tautinio paveldo kūrėjai - turi oficialų sertifikatą, o amatininkai – neturi. Visgi abi grupės išmano tai, ką daro ir kuo gyvena.

Problemos rinkoje ir verslo problemos gali būti puikus turinys komunikacijai, bet ne sprendimo variantas. Pirkėjas dažnai pamiršta pridėtinę informaciją.



# PASLAUGA/PREKĖ YRA PRIEMONĖ KLIENTO SVAJONIŲ ĮGYVENDINIMUI

Rinkodara tik gali padėti ją atrasti, bet parduoti turite jūs patys



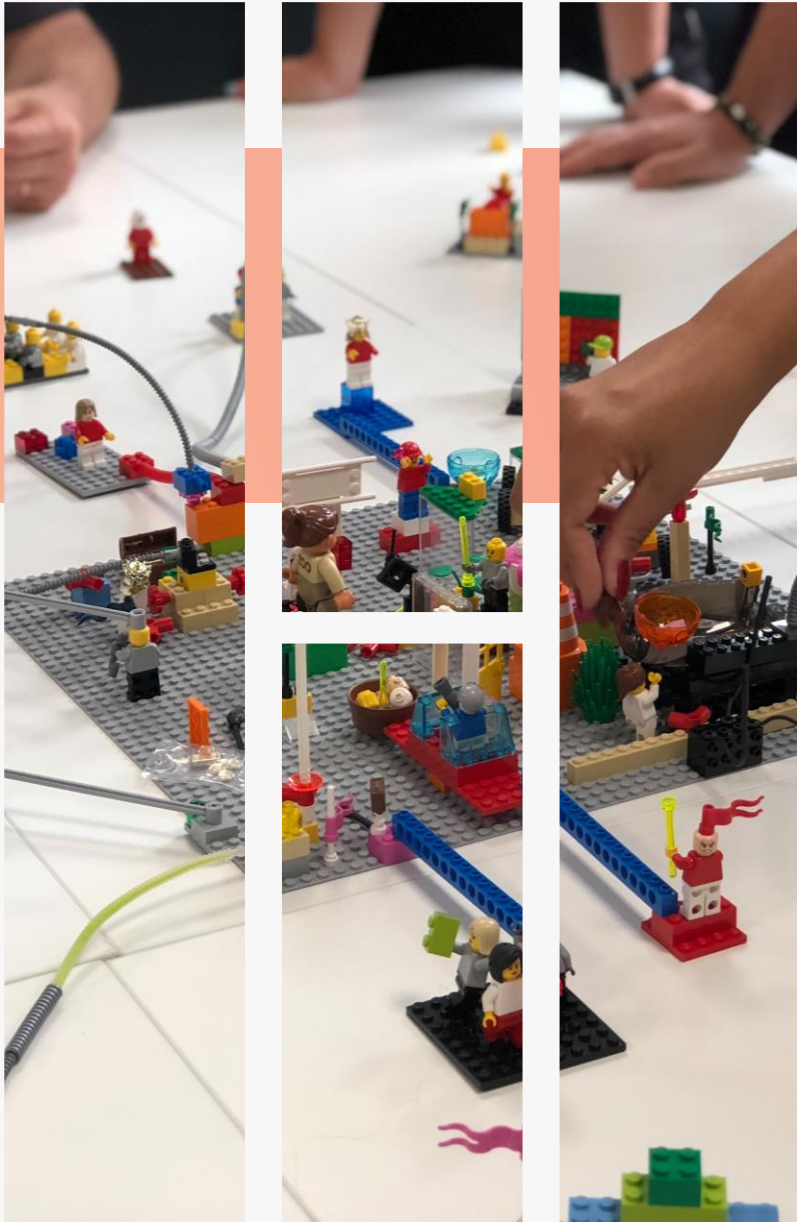
# PRODUKTAI IR PASLAUGOS SKIRSTOMOS:

} **MAN REIKIA** (BŪTINOSIOS)

} **AŠ NORIU** (ESANT GALIMYBĖMS)

Klientų suradimas ir jų lojalumo  
išlaikymas





# 4P+3P TAISYKLĖ

Pagrindinė taisyklė yra keturi „P“:

**P**rice / Kaina

**P**roduct / Produktas

**P**lacement / Pateikimas-vieta

**P**romotion / Reklama-rėmimo veiksmai

+++

Šiandien reikėtų pridėti papildomus tris „P“:

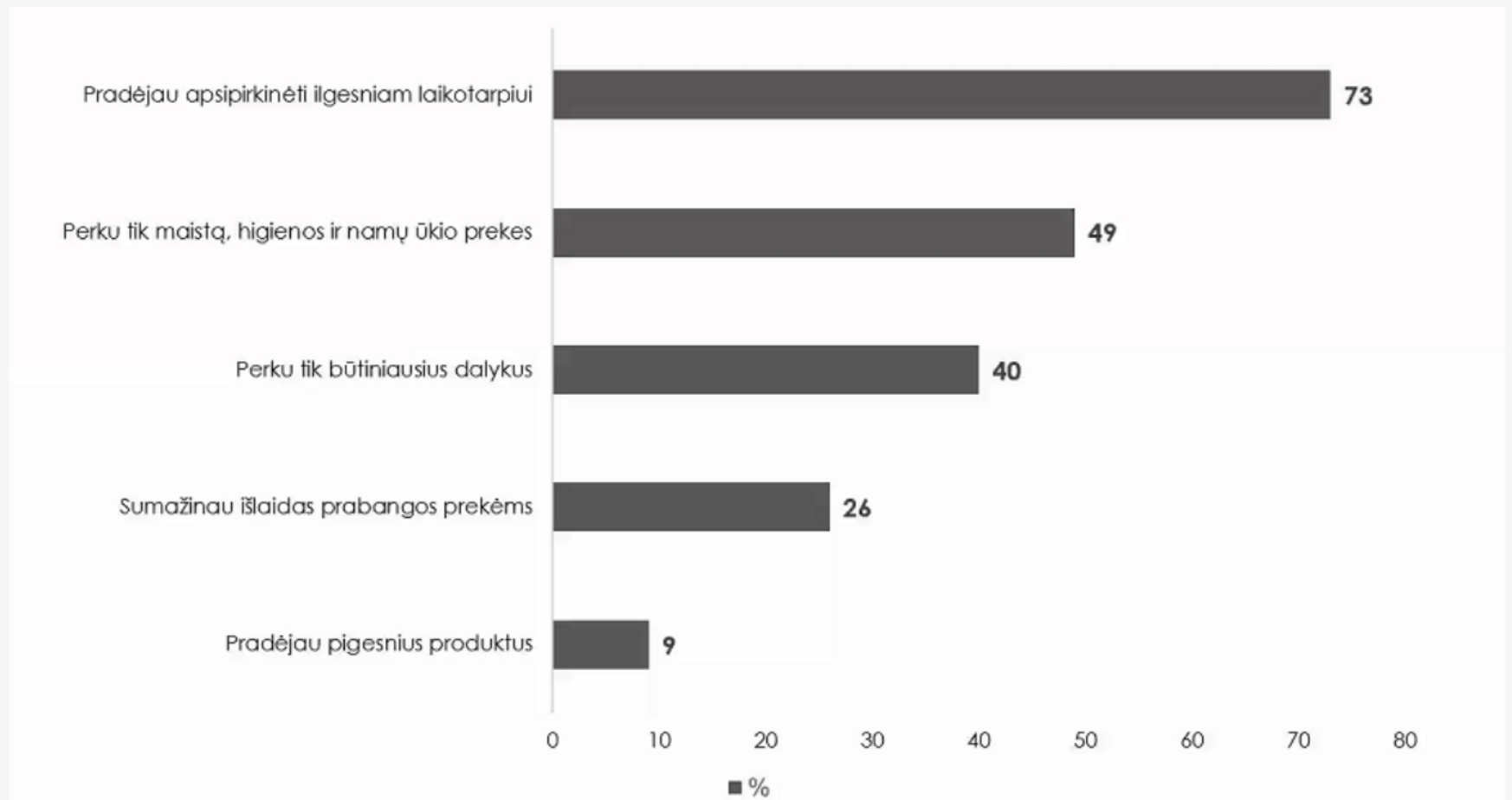
**P**eople / Žmonės-vartotojai

**P**ackaging / Pakuotė

**P**ositioning / Pozicionavimas



# PERKA MAŽIAU, BET IŠMANIAU



# KLAUSIMAS/SPRENDIMAS

## KIEK VEIKSMINGA YRA NESISTEMIŠKA KOMUNIKACIJA?

Rinkodara ir komunikacija turi padėti padidinti Jūsų žinomumą ir ekspertiškumą pirkėjų akyse, bet neparduoti prekių/paslaugų už jus. Apie tai turite kalbėti, nepaisiant kiek ir kokių komunikacijos kanalų turite, reguliariai.

**Kainų ir akcijų yra ne komunikacija**

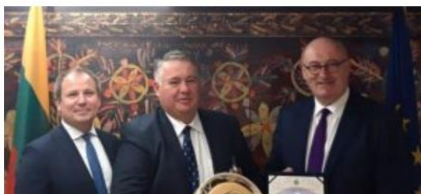
# „DŽIUGAS“ NUOLAT PRIMENA APIE SAVE



## „Džiugo“ gamintojams įteiktas svarbus sertifikatas (0)

www.alkas.lt

2019 07 17 14:17



Briuselyje Europos Sąjungos žemės ūkio ir kaimo plėtros komisaras Filas Hoganas (Phil Hogan) sūrio „Džiugas“ gamintojams įteikė Europos Komisijos suteiktos saugomos geografinės nuorodos sertifikata.

Saugoma geografinė nuoroda žymimi gaminiai pasižymi išskirtine kilmė... iu kokybė ar kitos sąlyšės susijusios su

Partnerio turinys > Maistas

## 100 mėnesių brandintas „Džiugas“ nustebino italus: sulaukė ne tik liaupsų, bet ir aukso medalio (4)

„Žemaitijos pienas“ / Partnerio turinys  
2019 m. birželio 10 d. 09:43



Birželio 3-įją sūrių meistrystės lopšyje Italijoje įvyko geriausių sūrių



# MARKETINGAS

Klientų suradimas ir jų lojalumo išlaikymas, įrodant verslo kaip įrankio jų problemoms spręsti naudą.





# KODĖL MAN REIKIA RINKODAROS, JEIGU AŠ ESU IR NORIU LIKTI SMULKIU VERSLU?

Pirkėjas renkasi iš dviejų prekių grupių:  
kainos arba kokybės

# MARKETINGAS SMULKIAM VERSLININKUI TURI PRASIDĖTI NE NUO LOGOTIPO



**Strategijos reikia visiems:**

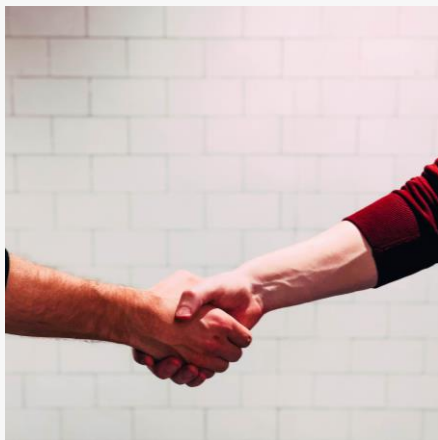
Kam parduosiu savo gaminius?

Ką ir kur parduosiu?

Kas yra mano konkurentai, kaip jie save reklamuoja?

Ką apie problemas rašo spauda?

Kokią naudą gaus pirkėjas?



# TURI PAŽINTI SAVO KLIENTĄ, O TADA IEŠKOTI KOMUNIKACIJOS BŪDŲ SU JUO. IR NESVARBU KIEK GALITE TAM SKIRTI LĖŠŲ

85% verslų neišnaudoja nemokamų ir  
mažiau kainuojančių reklamos priemonių

TAI YRA TIESA, O NE KAŽKOKIA KLAIDINGA ŽINUTĖ, KURIAŲ VISKAS KAŽKAS PASAKO

# RINKODARA ≠ PARDAVIMAI



Rinkodaros specialistų/ekspertų pagrindinė užduotis yra atvesti klientą iki parduotuvės durų, bet neatlikti pardavimo procesus.



# RINKODAROS VEIKSMAI NĖRA PINIGŲ LEIDIMAS

Statistiškai susigrąžinti klientą reikia išleisti 2-3 kartus daugiau „biudžeto eilutės“ nei jį prisivilioti.



# KALBĖTI APIE SAVE IR KODĖL NE KLIENTUI REIKIA IEŠKOTI PARDAVĖJŲ GALI KIEKVIENAS, BET TIK REKLAMUOJANTYS TAI TAIKO SAU.

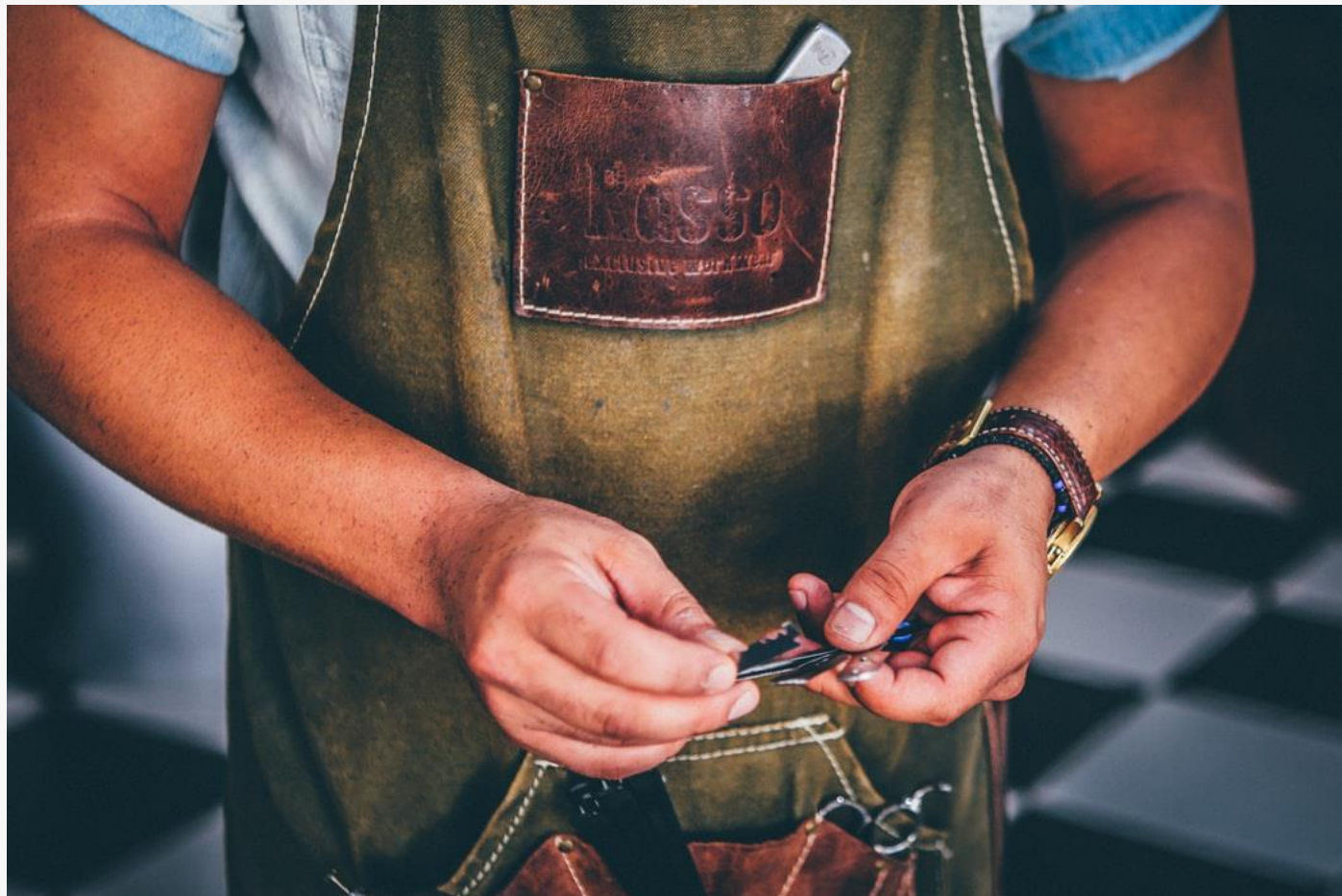
Tikra rinkodara sprendžia problemą ir kalba apie ją iš jūsų prekės ženklo pozicijos, bet ne tiek „saldžiai“, kad vartotojas pradėtų ne įtarti kažką, o pradėtų domėtis



# NIEKAS JUMS NEPADĖS, JEIGU TOKIŲ KAIP JŪS YRA DAR N+1

Kiekviena rinka (šalis) turi savo ypatumus, todėl yra tikimybė, jog nesikeisdami jums pasiseks kažkur labiau.

Visgi jūsų šansai lieka 50/50, nes kažkas apie tokį patį produktą gali pradėti kalbėti ženkliai daugiau.



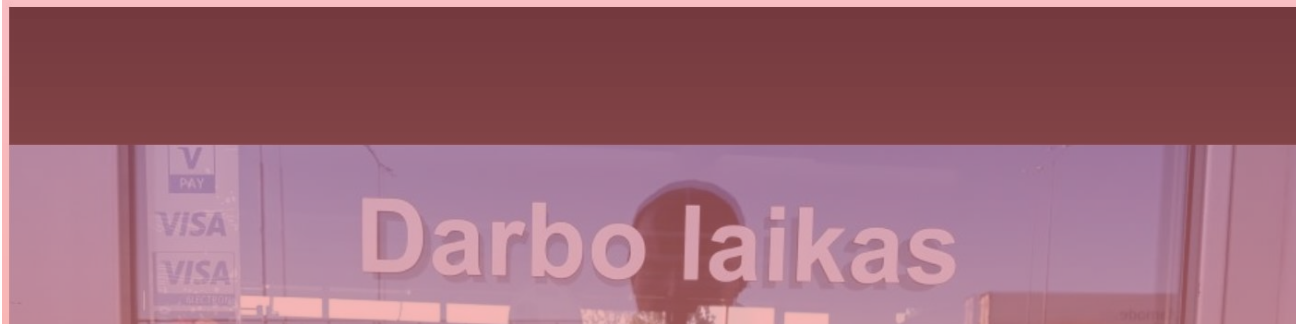
# MAN NEREIKIA MARKETINGO – JUK BET KADA GALI BŪTI KRIZĖ// BETIKSLIS ATSARGUMAS, KAI YRA PANIKA

>90% smulkiųjų ir vidutinių verslininkų po paskelbto karantino pirma sustabdė visas reklamos kampanijas. Šiandien galvojama kaip susigrąžinti tuos pirkėjus.

## Karantinas bankrotų škvalo dar nesukėlė, tačiau į ateitį žiūrima atsargiai

2020-04-26 15:00:00 | Alfredas Zdramys

Spausdinti Teksto dydis: ● ●



VERSLO ŽINIOS &gt; PREKYBA

## Balandį prekybininkų apyvartos smuko

Publikuota: 2020-05-27



## Karantino užspausti prekybininkai metėsi į elektroninę erdvę

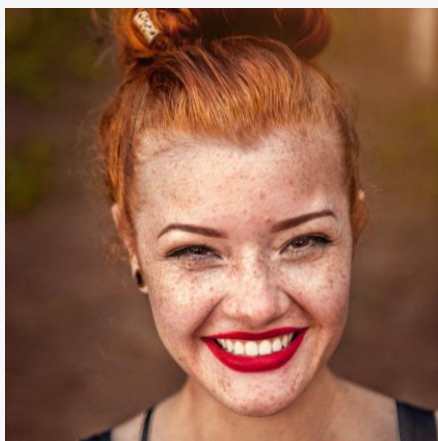
BNS

Dalintis [in](#) [f](#) [e](#) [t](#)



# ŽINAU KAS YRA MANO PIRKĖJAS - ŽINAU KOKS YRA MANO PRODUKTAS

**>80% verslo savininkų patiria nuostolius ar išleidžia  
ženkliai daugiau dėl savo klaidingų prielaidų**



# ĮVAIRŪS PIRKĖJAI – PANAŠŪS POREIKIAI, SKIRTINGI „PARDAVIMAI“

1P // Draugas

2P // Neapsisprendęs

3P // Kritikas

4P // Tiksluokas/Robotas

SVARBU VARTOJIMO ĮPROČIAI IR  
PAJAMŲ/IŠLAIDŲ KULTŪRA,  
O NE AMŽIUS, LYTIS, IŠSILAVINIMAS,  
GYVENAMOJI VIETA

# 1P // DRAUGAS



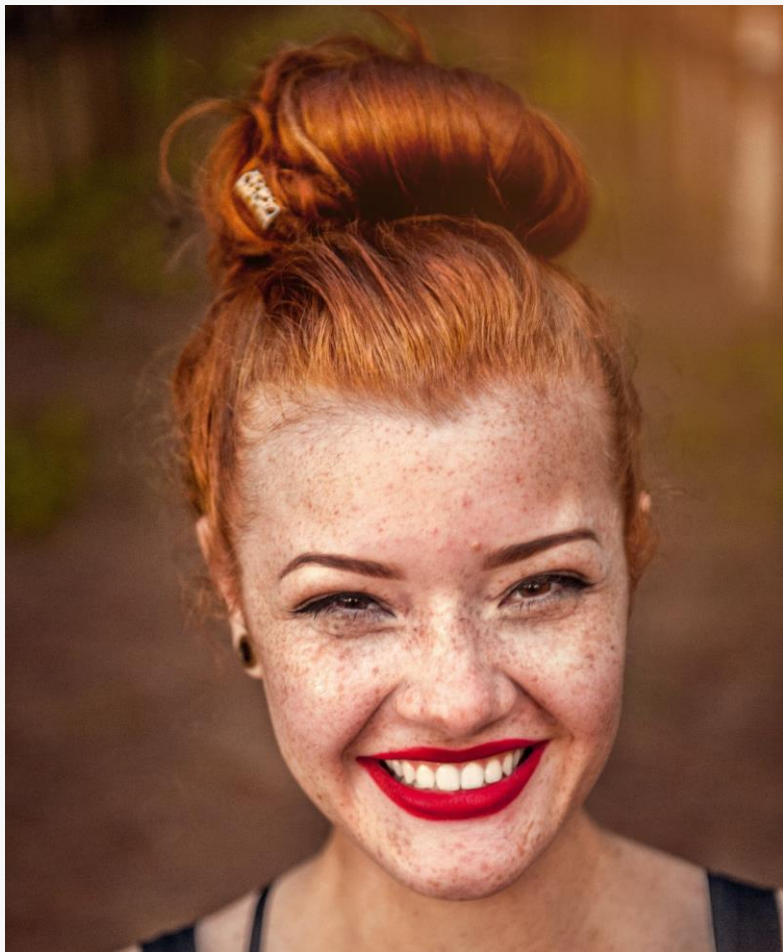
## Privalumai:

- žino apie produktą ir konkurentus, todėl nereikia pasakoti daug;
  - gali tapti prekės/paslaugos ambasadoriumi.

## Trūkumai:

- retai pabaigia pirkimo procesą;
- reikalauja daug dėmesio;
- Gali peržengti „ribas“.

## 2P // NEAPSPRENDEŠ



### Privalumai:

- nežino ko nori, bet turi bendrinių žinių, todėl galima lengviau manipuliuoti pasiūlymais;
- pasitiki nuomone (bet negalima pernelyg ją piršti);
- sėkmingo pardavimo atveju gali tapti ambasadoriumi

### Trūkumai:

- gali nepabaigti pirkimo proceso/ateiti kitąkart;
- reikalauja daug dėmesio;
- dažnai negali įvardinti poreikio.



# 3P // KRITIKAS



## Privalumai:

- aiškiai parodo nuomonę;
- gana greitai galima suvokti kas jam/jai patinka;
- sėkmingo pardavimo atveju gali tapti ambasadoriumi.

## Trūkumai:

- netiki produktu/paslauga, bet nori dėmesio;
- turi skirti daug laiko;
- nenori/negali įvardinti dažnai ko ieško.

# 4P // TIKSLIUKAS/ROBOTAS



## Privalumai:

- tiksliai žino ko nori;
- greitai apsisprendžia;
- dažnai mokus.

## Trūkumai:

- sunku pasiūlyti papildomų prekių/paslaugų;
- Dažnai apsprendžia kaina/kokybė;
- netiki „pirkėjo-pardavėjo“ nuolatinio ryšio galimybe



# KELI PIRKĖJO TIPAŽAI VIENAME

Būtina identifikuoti kuo anksčiau bent lydintįjį tipą, kad suprastumėte kaip bendrauti ir parodyti pardavimų meną.

Atnaujindami produktą galite pakeisti pirkėją

## KURIS YRA JŪSŲ PIRKĖJO TIPAS?



# TIKSLINIO PIRKĖJO PORTRETAS

1P // Amžius, lytis (tai nėra faktorius)

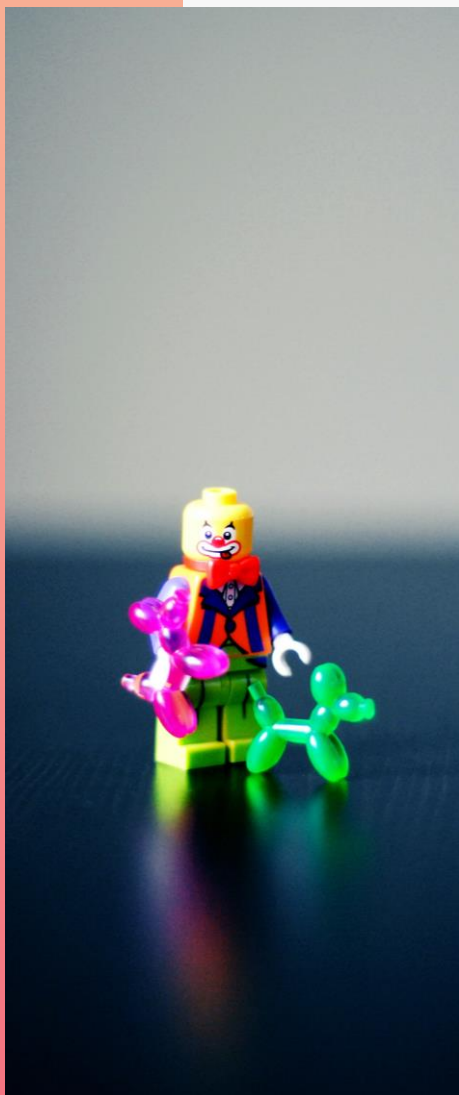
2P // Gyvenamoji vieta

3P // Pomėgiai

4P // Pajamos, išsilavinimas

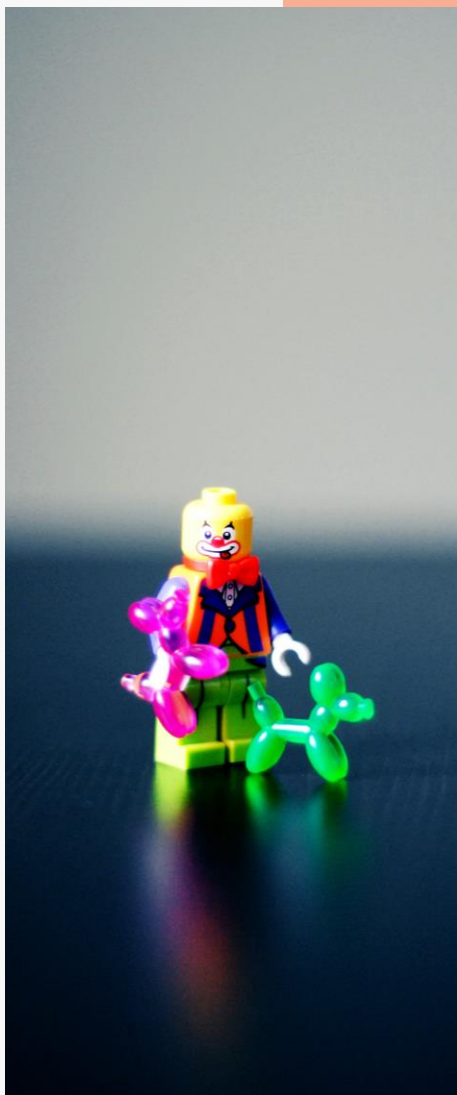
5P // Kokia paslaugos/prekės nauda jam/jai?

**POMĖGIAI IR VARTOJIMO/PINIGŲ LEIDIMO  
ĮPROČIAI YRA ESMINIAI FAKTORIAI**



# **SVARBIAUSIA – KLIENTAS, O NE JŪSŲ „VIRŠUS“**

- **stebėkite darbuotojus ir save, analizuokite konfliktus ir išsisaugokite sprendimo variantus.**
- **nespręskite apie klientą (ir jo piniginę) tik jį pakalbinę.**
- **nematykite kliento tik kaip pinigų;**



# SVARBIAUSIA – KLIENTAS, O NE JŪSŲ „VIRŠUS“

- nei verslo savininkai, nei pardavėjai neturi privilegijos peikti klientą (net kai jis skatina konfliktą).
- Visuomet galima rasti sprendimą ir pasiūlyti klientui „alternatyvą“ ar kompensaciją.
- jeigu nesiūlote tekilos, reiškia nebūtinai visiems tiksite ir įtikssite (nes kai kuriems ir šis gėrimas nepatinka

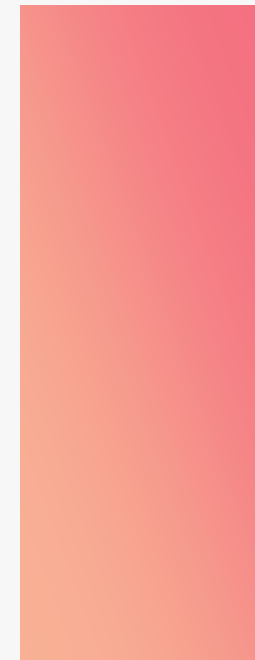
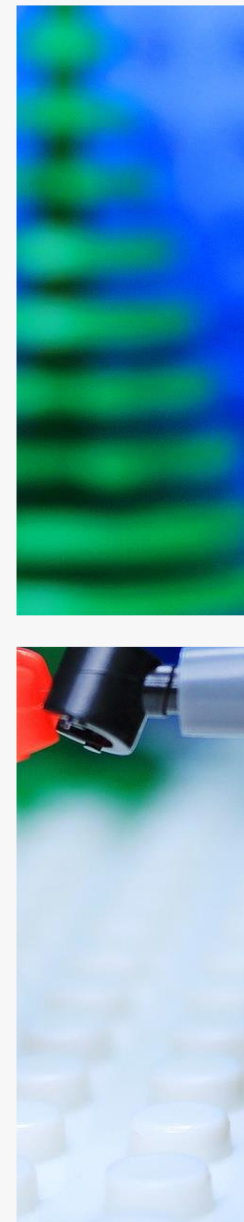


# PIRKĖJŲ LOJALUMAS ŠIANDIEN EGZISTUOJA TIK TEORIJOJE

Klientas ieško naudos sau ir už tai sumoka pinigus pardavėjui – tuo jūsų santykiai ir šiandien (beveik visada) pasibaigia.

# PROBLEMOS VERSLE RŪPI TIK SAVININKUI, BET NE PIRKĖJUI.

Problemos rinkoje ir verslo problemos gali būti puikus turinys komunikacijai, bet ne sprendimo variantas.







# KODĖL ANE LĖ SU ŠEIMA PARDUODA TĄ PATĮ GAMINĮ GERIAU?

Vartotojai nori asmeniškumo, o ne  
„pirkti kažką kažkokiu būdu iš kažko  
kažkur“

# TIKRIEJI VERSLAI PARDUODA NE TIK PAGAMINTĄ PRODUKCIJĄ, BET IR RODO SAVO VERTYBES. TAI IR YRA PREKĖS ŽENKLO PAGRINDAS, TAI YRA MARKETINGAS. RŪPINKITĖS TUO

Šiandien praktiškai nėra sezoniškumo daugelyje regionų, todėl makro ir mikro problemos nėra pasiteisinimas prieš vartotojus.

7 iš 10 šiuolaikinių vartotojų prieš pirkdami pasiskaito daugiau nei 9 kartus skirtingus informacijos šaltinius apie norimą produktą/paslaugą.

**Klientas iškart turi suprasti tai, ką parduodate, o tam gali padėti net ne  
jūsų produktas ar paslauga**

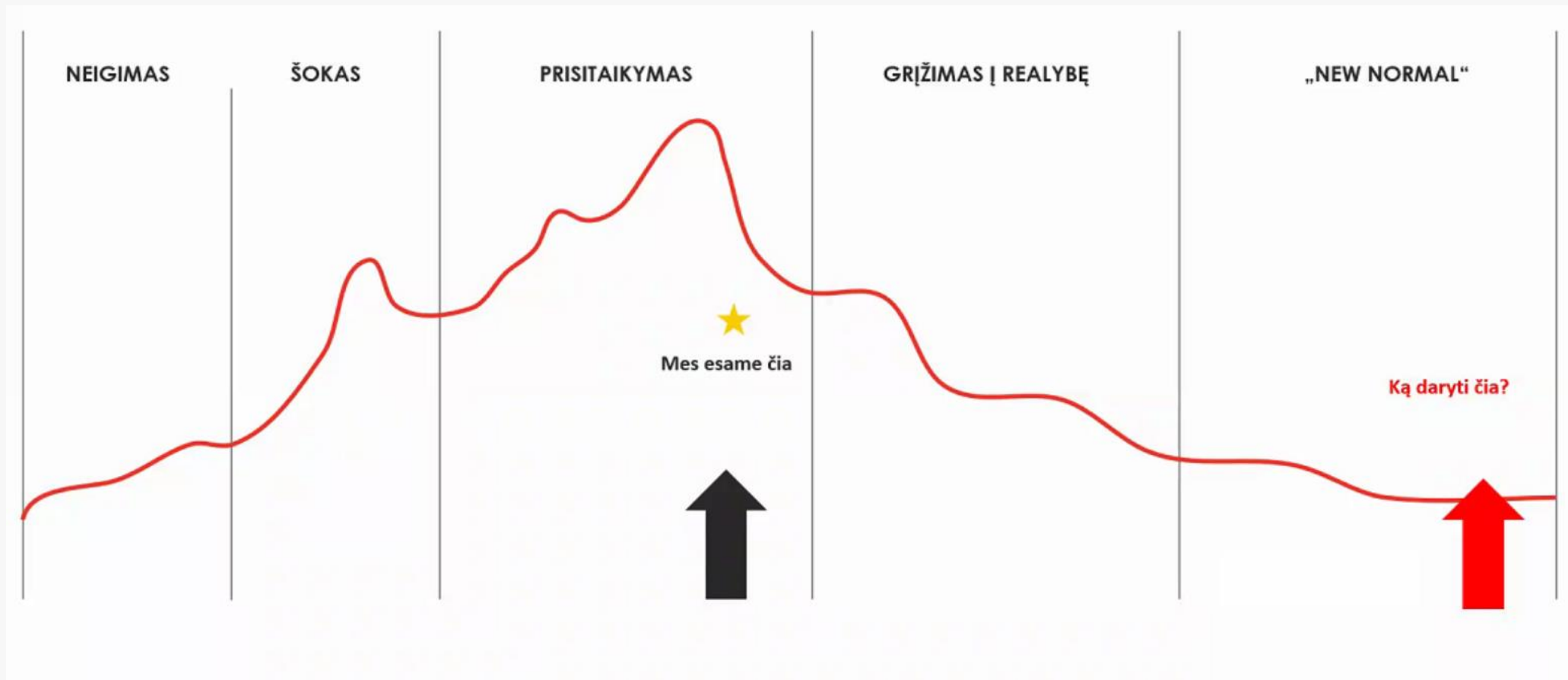


# RINKODARA ≠ PARDAVIMAI



Rinkodaros specialistų/ekspertų pagrindinė užduotis yra atvesti klientą iki parduotuvės durų, bet neatlikti pardavimo procesus.

# PO KARANTININIS VERSLAS, ARBA PUIKUS LAIKAS PRADĖTI NAUJĄ LAPĄ



**JŪSŪ KLAUSIMAI = ATSAKYMAI**



# AČIŪ!

