

# **Кратък преглед на маркетинговите концепции**

**Изготвил: Митко Благоев**

Превод – Атанас Георгиев

Маркетингът е критичен във всеки бизнес, независимо дали става въпрос за мода, коли, недвижимо имущество, храна, напитки, спорт или тенис трениране. За да имаш успех в бизнеса на тенис тренирането трябва да бъдеш добър търговец пред клиентите си, членовете на ръководството на клуба, представителите на асоциации, потенциалните спонсори и членовете на местни, съвет. Тенис тренирането е бизнес, който включва много области от маркетинга, продаването, счетоводството, правото, информационните технологии и др.

Тенисът е уникален продукт, който купувачите купуват. Да купиш тенис урок от местна тенис школа е същото като да закупиш нов мобилен апарат или чифт очила. Тенисът е просто още един продукт. Който играе роля в живота на човек. Основният принцип в концепцията на маркетинга е, че той е дейност, целяща да задоволи потребителските нужди и желания чрез обменен процес. Клиентът ще закупи продукта, ако той удовлетворява нуждите му.

За да бъдеш успешен търговец в бизнеса на тенис тренирането трябва да разбираш потребителските нужди и желания и да знаеш как да ги удовлетворяваш. Поддържането на лоялни клиенти за дълъг период от време позволява на бизнеса да се развива по-бързо и да постига по-добри резултати.

Логиката на успешния маркетинг е способността да се развива по-голяма потребителска стойност, базирана на отличителните способности на бизнеса. Всеки треньор трябва да може да направи списък с характерните способности на бизнеса си. Те могат да включват индивидуални способности (напр. треньорът трябва да бъде и фитнес специалист, диетолог) или други умения. Тези характерните способности ще отличат треньора от опонентите му и ще определят маркетинговата му позиция.

Треньорът трябва ясно да разбира потребителския интерес. Ако потребителят не остане доволен от полученото, той няма да се върне за повторен урок. Потребителското удовлетворение може да бъде постигнато чрез предлагането на специална цена, бонуси, съдействие

за спонсорство или просто приятелство. Треньорът трябва винаги да мисли как да удовлетвори потребителя.

Друга важна концепция в маркетинга е обменният процес. Ако треньорът извършва работа, давайки тенис урок, то потребителят заплаща за този урок и това формира обменния процес. Той е критичен при всякаква дългосрочна бизнес ситуация.

### **Как да представиш себе си като треньор?**

За да станеш успешен треньор трябва да притежаваш определени качества, които да те отличат от опонентите. Има твърде много еднакви треньори, със своите обучителни способности и никакви други.

За да се рекламираш успешно трябва да се целиш към следното :

**Допълнително образование** – напр. програми за професионално развитие, допълнителни умения като фитнес, хранене, спортна психология.

**Научаване на чужд език** – това отваря възможности за работа извън страната.

**Създаване на връзки в различни сфери** – контакти със спонсори, търговци, организации и организации на турнири.

**Участия в семинари, симпозиуми и събрания** – това може да осигури нови бизнес възможности.

**Изграждане на професионален имидж чрез индивидуалността** – бъди точен, добре облечен учтив.

**Създаване на реални реклами на бизнеса си** – визитни картички, брошури, уебсайт, рекламни материали като химикали, шапки и др.

### **Смесени маркетинг елементи**

Всяко лице, занимаващо се с бизнес трябва да разбира смесените маркетинг елементи. Тенис треньорите не правят изключение.

Повечето литература за маркетинга познава 4 елемента:

- 1.Продукт**
- 2.Цена**
- 3.Място**
- 4.Реклама**

Има и един допълнителен елемент – хората. Те са 5-ят елемент в маркетинговия процес, който играе важна роля при изпълнението на останалите 4. Без точните хора е много трудно да се осъществяват стратегии, да се развива система от контакти и да се изпълняват планове.

При тенис тренирането всички елементи трябва да бъдат точно определени:

### **1.Продукт е тенис тренирането.**

Включва тренировки на деца, частни уроци, качествен екип, играене на тренировъчни мачове, турнири, игри по двойки.

### **2.Цената е стойността на тенис урока.**

Цената на тенис урока трябва да бъде съотнесена с препоръчителната такава на вашата асоциация. Също така тя трябва да съответства на геогр. зона. Някои от ценовите стратегии трябва да бъдат взети в предвид като намаления за лоялни клиенти, отстъпки за семейства и за редовни посещения.

Всеки треньор може да определя какво е необходимо на бизнеса му и как да привлече лоялни клиенти.

### **3.Място – точното положение на вашия клуб**

Местоположението на бизнеса има важна роля. Има едно известно изказване в маркетинга : Местоположението, местоположението и пак местоположението ще определи вашата успешна формула. Много успешни бизнеса следват тази формула и са способни в дългосрочен план да поддържат дейността си.

Друга важна част от смесените маркетинг елементи е предаването на тенис урока. Как се изнася той от асистент треньора? Асистент треньорът трябва да осигури тренировка на високо ниво и да притежава следните качества :

- професионализъм
- дисциплина

- умение да комуникира със състезатели, родители, членове на клуба.

#### **4.Реклама – дейност, целяща рекламирането на вашия бизнес**

Включва редица дейности :

- Рекламирање във вестници, списания, интернет, радио, телевизия
- Рекламни материали – визитни картички, брошури, плакати и др.
- Статии във вестници, интервюта
- Спонсорства
- Директен маркетинг – бонуси, специални оферти

Важно е да имате собствено лого върху материалите.

#### **5.Хората – последният елемент, който свързва всички останали**

Хората, включени в тенис тренирането са главният треньор, асистент треньорът, членове на ръководството на клуба и консултанти. Без тяхното сътрудничество смесените маркетинг елементи няма да са напълно използвани.

### Маркетингов план елементи

Маркетинговият план е документ, разкриващ маркетинговата стратегия. Треньорът трябва да може да разработи такъв план, който може също да служи като инструмент при търсенето на спонсорство и допълнително подпомагане.

Следните неща трябва да бъдат включени в плана :

#### **1.SWOT анализ – всяка буква има обяснение**

S – STRENGTHS – вашите силни страни

W – WEAKNESSES – вашите слаби страни

O – OPPORTUNITIES – вашите възможности

T – THREATS – опасностите, които грозят вашия бизнес

**2. Коя част от маркетинга ще привлече бизнесът ви? Например елитни играчи, начинаещи, ученици, жени, мъже.**

**3.Маркет прицелване – как ще постигнете избраната цел ?**

**4.Маркет позициониране** - каква стратегия ще развиете, за да привлечете клиенти? Каква е вашата бизнес позиция?

**5.Маркетинг цел** – направете списък на целите си. Например, увеличете клиентите с 50 %, клубното членство с 35 %, привлечете спонсори, развийте нови треньорски услуги.

**6.Маркетинг смесено осъществяване** – осигурете подробно описание на 4-та елемента(продукт, цена, място и реклама).Всеки елемент трябва да съдържа подробно описание за това как ще бъде развит и осъществен.

**7.Бюджет за продажбите** – Определете пределния си бюджет. Към какво се цели бизнеса ви от финансова гледна точка? Каква е цената и печалбата? Как може маркетинг дейността да повиши вашите приходи?

**8.Оценка на маркетинговия план – прегледайте всички дейности и се учете от опита.**

Веднъж маркетинговият план е разработен, е важно той постоянно да се преглежда и да се дава приоритет на маркетинга. Планът трябва да бъде гъвкав и да отразява всякакви промени в политическата, икономическата или юридическата среда. Планът ще позволи на треньора да видят бизнеса си от професионална гледна точка, да открива нови възможности и да открива мястото си на пазара. Сегашният тенис пазар е все по-конкурентен заради появяващите се нови пазари в Източна Европа, Азия, Индия и Китай. Разбирането на тези промени и възможността за приспособяване към тях ще осигури на треньорите нови бизнес възможности. Само ентузиазираниите, образованите, и творческите личности, професионалистите ще спечелят състезанието с останалите спортове.