

## Kommunikáció – marketingkommunikáció

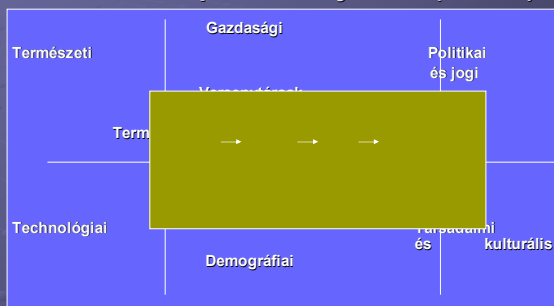
dr. Molnár István, 2007

## Főbb témakörök

- Kommunikáció – marketingkommunikáció, alapfogalmak, összefüggések;
- A kommunikáció és a márka összefüggései;
- Az innováció hagyományos és új értelmezései;
- Belső kommunikáció – humánmarketing;
- A kommunikáció és az információs rendszer összefüggései;
- On-line kommunikáció.

dr. Molnár István, 2007

## A vállalat piaci környezete (Kotler)



dr. Molnár István, 2007

## Négytényezős marketing mix („4P”)

- TERMÉK (jellemzők, választék, forma, márkanev, csomagolás, méret, szolgáltatás, garancia, visszavétel)
- ÁR (katalógusár, engedményes árak, részletfizetési kedvezmények, a törlesztés időtartama, hitelfeltételek)
- Hely (csatornák, hálózatsűrűség, elhelyezkedés, készlet, szállítás)
- PROMÓCIÓ (reklám, személyes eladás, vásárlásösztönzés, direkt marketing, PR)

dr. Molnár István, 2007

## Kommunikáció és ...?

- Kommunikáció
- Metakommunikáció (megjelenés, viselkedés, vásárlási szokások stb.)
- Információ
- Infokommunikáció (megváltozott platform, megváltozott kommunikációs szokások...)

dr. Molnár István, 2007

## Kommunikációs döntések

- Vállalaton belüli relációk  
Tulajdonos(ok) – alkalmazottak  
Vezetők – beosztottak  
Stratégia – taktika
- Vállalaton kívüli relációk  
Beszállítók – vevők – egyéb partnerek
- Marketingkommunikáció

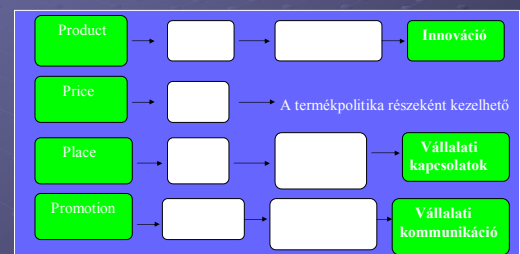
dr. Molnár István, 2007

## A szervezeti szintű kommunikáció fő jellemzői

- szervezeti célok megvalósításának stratégiai fontosságú irányítási eszközrendszere;
- a szervezet iránti bizalom kiépítése, ápolása;
- hangsúly a kapcsolatszervezésen;
- tartalma a szervezet filozófiájától, küldetésétől függ;
- formája, stílusa a szervezet referenciáinak névjegye;
- megjelenik a márka, mint kommunikációs eszköz.

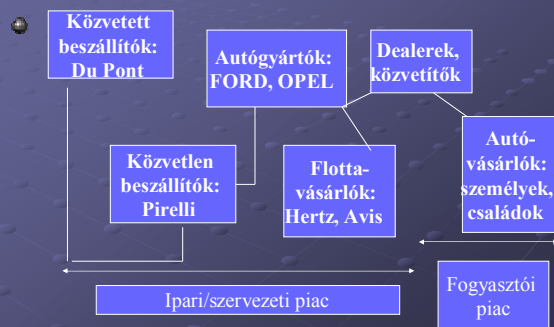
dr. Molnár István, 2007

A fejlett gazdaságban, a változó környezethez való folyamatos alkalmazkodás miatt, az egyes vállalati versenyképességi faktorok szükségképpen átvértékelődnek.



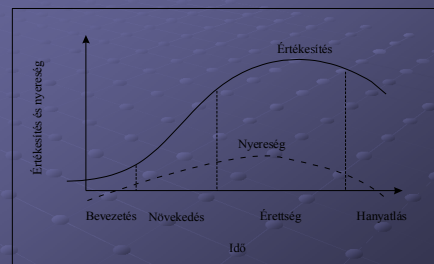
A „Versenyképesség 3P modellje”  
dr. Molnár István, 2007

## Kínálati lánc (értéklánc, ellátási lánc, az áru útja) példa: autógyártás



dr. Molnár István, 2007

## A termék életciklusa



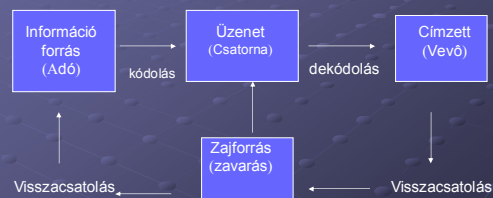
dr. Molnár István, 2007

## A kommunikáció lényege

- Ki vagy mi küld információt?
- Kinek szól?
- Mit közöl az üzenet?
- Hogyan és hol jelenik meg?
- Milyen az üzenetközlés hatékonysága?

dr. Molnár István, 2007

## A kommunikáció általános modellje



dr. Molnár István, 2007

## Marketing kommunikáció I.

- Kommunikációs mix elemek:
  - Reklám (nyomtatott és egyéb, médiumok);
  - Értékesítés ösztönzés;
  - PR;
  - Direkt marketing;
  - Személyes eladás.

dr. Molnár István, 2007

## Marketing kommunikáció II.

- AIDA modell;
- Reklámüzenet;
- Időzítés;
- Hatékonyság vizsgálat.

dr. Molnár István, 2007

## A kommunikációs eszközök fontossági sorrendje

Fogyasztási cikkek piaca	Termelőeszközök piaca
reklám értékesítés ösztönzés DM személyes eladás Public Relations	személyes eladás DM értékesítés ösztönzés reklám Public Relations

dr. Molnár István, 2007

## Reklám-kategóriák

- Informatív, meggyőző, emlékeztető vs. életgörbe!
- Push és pull stratégiákhoz kapcsolódó:  
PUSH: nagykerék.-nek, piaci közvetítőknek: jutalék, személyes eladás ösztönzése, közös reklámkampányok stb.
- PULL: reklám és sales promotion eszközök (mass marketing)

dr. Molnár István, 2007

