

АЛЬМАНАХ

МАРКЕТИНГ ДЛЯ ОТДЕЛА ПРОДАЖ

Издательский дом**«Имидж-Медиа»****Главный редактор:**Тимур Асланов
editor@image-media.ru**Заместитель главного редактора:**

Карина Весновская

Редактор выпуска:

Ольга Белихина

Отдел подписки:*Руководители*Елена Говоркова,
Марина Данзанова,
Наталья РябоваЕлена Артамонова,
Оксана Белякова,
Елена Визгалова,
Наталья Воронцова,
Наталья Гайтова,
Дарья Дианова,
Ольга Коновалова,
Ольга Кузнецова,
Анна Ларина,
Татьяна Ломоносова,
Елена Николаева,
Надежда Степанова,
Татьяна Тренина,
Елена Ухлина,
Светлана Федорова,
Майя Харитонова**Отдел доставки:***Руководитель*Анастасия Тарычева
dostavka@reklamodatel.ru**Отдел продления подписки:***Руководители*Ольга Русакова
Елена Антонова,
Марина Безрукова,
Ольга Бутяйкина,
Марина Напылова,
Екатерина Новоселова,
Анна Ретина,
Татьяна Салтыкова,
Екатерина Семененко,
Екатерина Шагалова**Финансовая служба:**

Наталья Культина

Верстка:

Андрей Горбунов

Корректоры:Ирина Бирюкова,
Марина Саулина**Адрес редакции:**127018, Москва, ул. Полковая,
дом 3, стр. 6, каб. 305.
Тел.: (495) 723-39-49, 726-90-52, 739-86-27**Подписные индексы:**84257 по каталогу «Роспечать»,
10593 по каталогу
«Пресса России»*В случае возникновения проблем с
доставкой издания просьба немедленно
сообщать на e-mail:**dostavka@reklamodatel.ru***Территория распространения:**Российская Федерация,
Украина, Казахстан, страны Балтии

Перепечатка материалов без письменного согласия и ссылки на «Управление сбытом» запрещена.

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов.

Все рекламируемые товары и услуги подлежат обязательной сертификации.

Ответственность за содержание рекламы несет рекламодатель.

*Журнал зарегистрирован Министерством Российской Федерации по делам печати,
телерадиовещания и средств массовых коммуникаций. Свидетельство ПИ № 77-16533 от 13.10.2003 г.*

<i>Виталий Кусов</i>	МАРКЕТИНГ ДЛЯ ОПТИМИЗАЦИИ СБЫТА	6
МАРКЕТИНГОВАЯ СРЕДА КОМПАНИИ		
<i>Елена Мамедова</i>	МАРКЕТИНГ ДЛЯ ОПТИМИЗАЦИИ СБЫТА	17
АНАЛИЗ РЫНКА И ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ		
<i>Ольга Продоляченко</i>	МАРКЕТИНГ ДЛЯ ОПТИМИЗАЦИИ СБЫТА	24
КОНТРОЛЬ КОНКУРЕНТОВ		
<i>Григорий Горбачев</i>	МАРКЕТИНГ ДЛЯ ОПТИМИЗАЦИИ СБЫТА	31
НАЙТИ КЛИЕНТА, ВООРУЖИВШИСЬ МАРКЕТИНГОМ		
<i>Елизавета Спасская</i>	МАРКЕТИНГ ДЛЯ ОПТИМИЗАЦИИ СБЫТА	34
ЛОЯЛЬНОСТЬ ПО ПРОГРАММЕ		
<i>Степан Нестеров</i>	МАРКЕТИНГ ДЛЯ ОПТИМИЗАЦИИ СБЫТА	42
АЛГОРИТМ АНАЛИЗА МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ...ИЛИ ТО, ЧТО ДОЛЖЕН ЗНАТЬ КАЖДЫЙ СЕЙЛЗ		
<i>Наталья Нинева</i>	МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ	51
МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ КОМПАНИИ		
<i>Мария Беленинова</i>	МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ	62
СТРАТЕГИИ ВО БЛАГО ...ИЛИ О РОЛИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА		
<i>Ольга Жукова</i>	МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ	68
СТРАТЕГИИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ		
	ОТДЕЛ МАРКЕТИНГА VS ОТДЕЛ ПРОДАЖ	75
ОТДЕЛ МАРКЕТИНГА И ОТДЕЛ ПРОДАЖ. КАК ПОДРУЖИТЬ ИХ И ИЗБЕЖАТЬ БОРЬБЫ?		
<i>Елизавета Спасская</i>	ОТДЕЛ МАРКЕТИНГА VS ОТДЕЛ ПРОДАЖ	82
КТО ЗДЕСЬ САМЫЙ ГЛАВНЫЙ? ИЛИ О РОЛЯХ СЕЙЛЗОВ И МАРКЕТОЛОГОВ		
<i>Татьяна Лисицына</i>	ОТДЕЛ МАРКЕТИНГА VS ОТДЕЛ ПРОДАЖ	89
МАРКЕТИНГ И ПРОДАЖИ		
<i>Андрей Сериков</i>	ОТДЕЛ МАРКЕТИНГА VS ОТДЕЛ ПРОДАЖ	97
ФУНКЦИЯ – ПРОДАТЬ		

<i>Ольга Жукова</i>	ОТДЕЛ МАРКЕТИНГА VS ОТДЕЛ ПРОДАЖ	
УПРАВЛЕНИЕ ОТДЕЛАМИ МАРКЕТИНГА И ПРОДАЖ		101
<i>Влад Линдер</i>	ОТДЕЛ МАРКЕТИНГА VS ОТДЕЛ ПРОДАЖ	
ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ НА СЛУЖБЕ ОТДЕЛА ПРОДАЖ		110
<i>Татьяна Лисицына</i>	ТОВАРОДВИЖЕНИЕ	
ПЛАНИРОВАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ ТОВАРОДВИЖЕНИЯ		116
<i>Виктор Кочнев</i>	ТОВАРОДВИЖЕНИЕ	
РАБОТА С КАНАЛАМИ СБЫТА ...СОВМЕСТНЫМИ УСИЛИЯМИ ОТДЕЛА МАРКЕТИНГА И ОТДЕЛА ПРОДАЖ		123
<i>Екатерина Павленко</i>	ТОВАРОДВИЖЕНИЕ	
УПРАВЛЕНИЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕМ В КАНАЛАХ СБЫТА		130
<i>Сергей Серов</i>	УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ПЕРСОНАЛ	
ТРЕБОВАНИЯ К ПЕРСОНАЛУ ОТДЕЛА МАРКЕТИНГА И ПРОДАЖ		137
<i>Андрей Сериков</i>	ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГА	
ИССЛЕДОВАНИЯ В МАРКЕТИНГЕ		143
<i>Эдуард Зварич</i>	ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГА	
СЕГМЕНТИРУЙ УМЕЛО! ...ИЛИ КЛЮЧ К НУЖНОМУ КЛИЕНТУ!		153
<i>Александр Царев</i>	ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГА	
РЕКЛАМНЫЙ ЛИКБЕЗ ДЛЯ ОТДЕЛА ПРОДАЖ		159
<i>Ольга Белихина</i>	ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГА	
ПРЯМЕЕ НЕКУДА, ИЛИ ОСОБЕННОСТИ DIRECT MARKETING		164
<i>Александр Царев</i>	ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГА	
МЕТОДЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ СБЫТА		170
<i>Елена Мамедова</i>	ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГА	
ВЫСТАВИТЬ СЕБЯ КАК ПОДОБАЕТ ...ИЛИ ЭФФЕКТИВНЫЙ ВЫСТАВОЧНЫЙ ПРОЕКТ		176