

# Bemutatkozás, előzmények

- Miért kell, mit jelent a marketing a szociális szövetkezetben?
- Honnan tudjuk, hogy mit vesznek meg az emberek? Piaci infók a döntések megalapozásához? Egy –vagy több vas?
- Termék : életciklus problémák, vagy
- Szolgáltatás:megfoghatatlanság, elválaszthatatlanság, ingadozás, romlékonyság
- Piacunk, vevőink-b2b, c, g a céltudatos eladást meghatározó tényezők
- Versenysztratégiák
- Marketing mix: Product, Price, Place, Promotion, People, Processes, Physical evidence-PR

# Már a tervezgetéstől

- Hinni a sikerben
- Saját szerep és felelősség ismerete
- Csapatmunka
- Marketingmenedzsment: az **a jó menedzser**, aki kellő nyitottsággal és rugalmassággal adaptálja meglévő tudását egy közösségi vállalkozásra, tudatosan **kihasználva a szociális arculatból fakadó lehetséges versenyelőnyöket.**
- Önismeret, termék-és szolgáltatás ismeret, ügyfélismeret, hatékony kommunikáció

## Marketing egyszerűen

- marketing azoknak az eszközöknek és módszereknek az együttese, amelyek elengedhetetlenek a szociális szervezet *küldetésének és céljainak megvalósításában: a szervezetet láthatóvá, annak termékeit és szolgáltatásait eladhatóvá teszik, és segítik, hogy a vállalkozás a vevők elégedettségre törekedve elégítse ki a piackutatás során feltárt, és a felkelhető szükségleteket.*

## A fenntarthatóság részstratégiái

- szociális szövetkezet **olyan eszközök alkalmazásában érdekelt, amelyek nem igényelnek nagy ráfordítást, viszont hatékonyak.** Ezért legtöbb kisvállalkozás a **személyes kontaktusra, a termékek és szolgáltatások vevőközpontú személyre szabására**