# Маркетинг как связующее звено между функциональными подразделениями компании и клиентом.

**Шебзухова Виктория Игоревна**
Магистрант НИУ ВШЭ,
г. Москва, Россия

Каждый владелец бизнеса понимает важность маркетинга, ведь он позволяет построить модель рынка и место компании в ней, а также психологический портрет потенциального покупателя. Однако, до сих пор имеется четкое убеждение, что маркетинговое подразделение является отдельным элементом в структуре компании, имеющим собственные цели и задачи, не пересекающиеся с другими подразделениями бизнеса.

Чтобы упростить понимание, давайте построим модель такой компании.

Рис 1. Старая модель компании

В такой структуре у маркетинга есть следующие задачи:

— продвижение товаров и услуг;

— формирование имиджа и репутации компании;

— сервисное обслуживание.

Де факто, роль маркетинга в такой модели заключается в формировании «плацдарма» для отдела продаж. После того, как отдел финансов рассчитал бюджет, отдел персонала нанял штат, отдел научных исследований разработал продукт, отдел производства и логистики произвел и отгрузил товар на склад, руководитель компании выделяет рекламные бюджеты для отдела маркетинга. Будет ли в данном случае продукт (товар или услуга) удовлетворять потребности клиента и соответствовать рынку? С высокой долей вероятности — нет. Такая модель не соответствует современному рынку.

Успех продукта напрямую зависит от маркетинг-менеджмента в компании. Давайте построим иную модель компании.

Рис 2. Новая модель компании

В центре такой модели появляется такой участник бизнеса, как потребитель. Маркетологи выступают в этой системе как посредники между потребителем и всеми функциональными отделами компании.

Маркетинг обеспечивает контакт с клиентом всех подразделений бизнеса, используя при этом такие инструменты как:

— анализ рынка;

— исследование потребностей клиентов;

— анализ конкурентной среды и ценовой политики;

— оценка степени удовлетворенности клиента продуктом.

Таким образом, компания может создать продукт, который имеет спрос на рынке и отвечает потребностям клиента.