**1) Основні визначення**

**Маркетинг** — це процес планування і втілення задуму, ціноутворення, просування і реалізації ідей, товарів і послуг шляхом обміну, що задовольняє цілі окремих осіб і організацій.

**Цільова аудиторія (ЦА)** — це група людей, об'єднаних спільними характеристиками (демографічними, психографічними, поведінковими), на яку спрямовані маркетингові зусилля компанії.

**Види потреб аудиторії:**

* **Функціональні потреби** — базові вимоги до продукту (що він має робити)
* **Емоційні потреби** — почуття, які користувач хоче відчувати від продукту
* **Соціальні потреби** — як продукт впливає на соціальний статус користувача

**Основні завдання маркетингу:**

* Дослідження ринку та аналіз потреб споживачів
* Розробка товарної політики та позиціонування
* Формування ціноваої стратегії
* Організація каналів збуту та дистрибуції
* Комунікаційна діяльність та просування
* Аналіз ефективності маркетингових активностей

**2) Напрями маркетингу IT-продуктів**

**Product Marketing** — фокус на позиціонуванні продукту, його особливостях та конкурентних перевагах. Включає роботу з product-market fit, створення messaging та go-to-market стратегій.

**Digital Marketing** — використання цифрових каналів для просування: SEO/SEM, соціальні мережі, email-маркетинг, контент-маркетинг, programmatic реклама.

**Growth Marketing** — експериментальний підхід, спрямований на швидке зростання користувацької бази через A/B тестування, аналіз воронки продажів, оптимізацію конверсії.

**Content Marketing** — створення корисного контенту для залучення та утримання аудиторії: блоги, webinars, кейси, технічна документація.

**Community Marketing** — побудова спільнот навколо продукту, робота з амбасадорами, організація events та підтримка user-generated content.

**3) Етапи аналізу ринку**

1. **Визначення ринку** — розмір, географія, сегментація
2. **Аналіз попиту** — обсяг, динаміка, сезонність, драйвери росту
3. **Конкурентний аналіз** — ключові гравці, їх частки ринку, стратегії
4. **Аналіз споживачів** — потреби, поведінка, процес прийняття рішень
5. **Трендовий аналіз** — технологічні, соціальні, економічні тенденції
6. **SWOT-аналіз** — сили, слабкості, можливості, загрози
7. **Прогнозування** — перспективи розвитку ринку

**4) Фреймворки 4P та 7P**

**4P (Marketing Mix):**

* **Product** — характеристики товару, якість, дизайн, функціонал
* **Price** — ціноваа стратегія, знижки, умови оплати
* **Place** — канали дистрибуції, доступність продукту
* **Promotion** — реклама, стимулювання збуту

**7P (розширений для сфери послуг):**

* **4P** + додатково:
* **People** — персонал, що взаємодіє з клієнтами
* **Process** — процеси надання послуг
* **Physical Evidence** — матеріальні докази якості послуги

**5) Ключові поняття**

**Ринок** — сукупність існуючих і потенційних покупців товару, а також умов їх взаємодії з продавцями.

**Драйвери ринку** — ключові фактори, що впливають на розвиток і зростання ринку (технології, регулювання, споживчі тренди).

**Value Proposition** — цінність, яку продукт створює для клієнта; відповідь на питання "чому клієнт має вибрати саме цей продукт?"

**Unique Selling Proposition (USP)** — унікальна торгова пропозиція, що відрізняє продукт від конкурентів.

**Точка беззбитковості** — обсяг продажів, при якому доходи дорівнюють витратам (прибуток = 0).

**Profit and Loss Statement (P&L)** — звіт про прибутки і збитки, що показує доходи, витрати та прибутковість за певний період.

**6) Tone of Voice vs Brand Voice**

**Brand Voice** — загальна особистість бренду, його характер та цінності, що залишаються незмінними у всіх комунікаціях.

**Tone of Voice** — спосіб вираження brand voice в конкретних ситуаціях, може змінюватися залежно від контексту, аудиторії та каналу комунікації.

**Кроки визначення Tone of Voice:**

1. Визначення основних цінностей бренду
2. Аналіз цільової аудиторії та її мови
3. Мапування тону за ключовими вимірами
4. Створення guidelines та прикладів
5. Тестування та адаптація

**Профілі Tone of Voice за Nielsen Norman Group:**

* **Funny vs. Serious** — гумористичний vs серйозний
* **Formal vs. Casual** — формальний vs невимушений
* **Respectful vs. Irreverent** — поважний vs неповажливий
* **Enthusiastic vs. Matter-of-fact** — ентузіастичний vs стриманий