

Вступительное слово авторов

Добро пожаловать в 12-е издание *Основ маркетинга*! С каждым новым изданием мы пытаемся донести до своих читателей самые свежие и наиболее авторитетные сведения о восхитительном мире маркетинга. Представляя новое издание, мы хотим еще раз поблагодарить читателей и миллионы студентов и профессоров, которые уже многие годы пользуются нашим учебником. Вы являетесь подлинным источником нашего вдохновения. Благодаря вам эта книга по-прежнему остается лидером рынка и международным бестселлером. Огромное вам спасибо!

Цель каждого производителя — создать как можно большую стоимость для своих потенциальных клиентов. Поэтому вполне естественно, что при подготовке данного издания *Основ маркетинга* мы стремились создать как можно большую стоимость для вас — *наших* читателей, *наших* клиентов. Каким образом мы пытались достичь этой цели? Материал этой книги основывается на уникальном, интегративном и интуитивно понятном подходе к маркетингу, который заключается в том, что маркетинг — это искусство и наука создания стоимости *для* клиентов с целью последующего получения стоимости *от* клиентов. Производители товаров стремятся формировать базирующиеся на стоимости, прибыльные отношения с клиентами и эффективно управлять этими отношениями. В главах 1 и 2 мы знакомим наших читателей с этим подходом, основанным на создании стоимости для клиентов с целью последующего получения стоимости от клиентов. Материал остальных глав базируется на этом подходе.

Мы акцентируем внимание наших читателей не только на этой усовершенствованной модели, основу которой составляют отношения с клиентами, но и на четырех дополнительных темах, касающихся создания стоимости для клиентов. Во-первых, мы распространяем наш акцент на *формирование сильных брендов и стоимости бренда*. В конце концов, стоимость для клиента и прибыльные отношения с клиентом выстраиваются на сильных брендах. Во-вторых, мы сосредоточиваем внимание наших читателей на важности *измерения прибыли на маркетинг и управления этой прибылью* — на важности получения стоимости в обмен на стоимость для клиентов, которую создает компания. В-третьих, мы знакомим наших читателей со всеми последними достижениями в сфере *маркетинговых технологий*, которые радикально меняют наши представления о том, как компании создают стоимость для клиентов и доводят информацию об этой стоимости до сведения самих клиентов. В-четвертых, мы обращаем внимание наших читателей на важность *социально-ответственного маркетинга во всем мире*. По мере того как наш мир постепенно “ужимается” до размеров небольшой “глобальной деревни”, компании должны учиться заниматься маркетингом своих брендов во всемирном масштабе, решая эту задачу социально-ответственными способами, которые создают долгосрочную стоимость для общества в целом.

Помимо ознакомления наших читателей со всеми последними достижениями в области маркетинговой мысли, чтобы добавить еще большую стоимость, мы позаботились о том, чтобы сделать процесс изучения и преподавания маркетинга еще

более приятным и увлекательным занятием как для студентов, так и для преподавателей. В этом издании *Основ маркетинга* маркетинг представлен в наиболее полном и вместе с тем достаточно практичном, увлекательном и удобоваримом виде. Например, чтобы приблизить маркетинг к реальной жизни, мы включили в этот учебник множество интересных примеров и историй о реальных компаниях и их маркетинговой деятельности. Кроме того, предлагаемый нами интегрированный, современный пакет преподавания и изучения маркетинга позволяет вам выбрать наиболее подходящий для себя способ преподавания или изучения маркетинга. Ниже вы найдете подробное описание возможностей и особенностей, впервые появившихся в данном издании и выгодно отличающих его от предыдущих изданий.

Итак, мы с полным правом можем утверждать, что 12-е издание *Основ маркетинга* создает для вас большую стоимость. Эта большая стоимость заключается в содержании книги, в дополнениях к ней, в процессе изучения. Нам кажется, что это издание лучше всех предыдущих изданий. Мы надеемся, что наше собственное мнение совпадет с мнением наших читателей, для которых *Основы маркетинга* окажутся лучшим учебником, с помощью которого они смогут успешно изучать и преподавать маркетинг.

Искренне ваши

Гари Армстронг
Университет Северной Каролины,
Чепел-Хилл

Филип Котлер
Северо-Западный университет