которая должна стоять перед исследователями в данной области, безусловно, создание такой методики.

1. Игнатъева, Е.В. Методика анализа финансового состояния предприятия / Е.В. Игнатъева // Молодой ученый. – 2015. – № 5. – С. 272-275.
2. Крылов, С.И. Финансовый анализ: учебное пособие / С.И. Крылов. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 160 с.
3. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности промышленного предприятия. – Мн.: ИСЗ, 2012. – 230 с.
4. Сидоровнина, И.А. Особенности внедрения технологий управления финансами на промышленных предприятиях / И.А. Сидоровнина // Производственный менеджмент: теория, методология, практика. – 2014. – №1. – С. 43-48.
5. Файзуллина, А.А. Исследование подходов комплексной оценки финансового состояния предприятия / А.А. Файзуллина // Молодой ученый. – 2016. – №19. – С. 537-540.

**Хохлов.С.А., Макляк.А.А., Ермолаева.В.В.
Маркетинговый ход «Apple»**

*СГТУ им.Ю.А.Гагарина
(Россия, Саратов)*

doi: 10.18411/trnio-01-2022-108

Аннотация

Продукция Apple хорошо всем известна стабильностью и объёмами своих продаж. На самом деле, компания Apple доказала, что независимо от того, что они выпускают, они могут найти способ, чтобы привлечь клиентов и зарекомендовать себя в качестве посредника для операции против всех остальных. Но что же на самом деле делает продукцию Apple особенной? На протяжении многих лет потребители и конкуренты пытаются определить и выяснить, что особенного в продукции Apple, что помогает им продать, так как они делают. Но если проанализировать продукты компании и некоторые особенности, то можно прийти к общей формуле успеха, которую Apple использует в каждом своём новом продукте.

Ключевые слова: маркетинг продукции, клиенты, инновации, успех, продукты.

Abstract

Apple products are well known to everyone for the stability and volume of their sales. In fact, Apple has proven that no matter what they release, they can find a way to attract customers and establish themselves as a broker against everyone else. But what really makes Apple products special? Over the years, consumers and competitors have tried to define and figure out what is special about Apple products that helps them sell the way they do. But if you analyze the company's products and some of the features, then you can come to a general formula for success that Apple uses in each of its new products.

Keywords: product marketing, customers, innovation, success, products.

Трудно представить мир без Apple. Текущий успех Apple дался нелегко. За более чем 30 лет компания определенно изменила консервативный рынок ПК. Все современные возможности компьютера, которые мы используем, были во многом улучшены Apple. Как и многие компании в конце 1990-х годов, на фоне огромного всемирного распространения компьютерных технологий Apple была менее чем через 2 недели до банкротства. Его продукция была неудовлетворительной и завышенной. Стив Джобс пережил долгую серию неудач. Apple Pippin, Apple TV, компьютер Lisa, КПК Newton и мышь Apple - вот некоторые из многих продуктов, которые известны своим провалом. На протяжении многих лет возникали серьезные сомнения относительно того, сможет ли Apple пережить потери от конкуренции с такими конкурентами, как Microsoft.

В отличие от прошлых ситуаций, Apple теперь планирует продать 50 миллионов iPad в 2021 году - две трети всех планшетов, проданных во всем мире. Хотя iPhone конкурирует с 90 различными смартфонами, продажи Apple выросли на 63% и могут достичь 115 миллионов iPhone в 2021 году. Отчеты показывают, что Apple опубликовала колоссальную прибыль в размере 1,306 миллиарда долларов в прошлом квартале, что означает, что у компании есть около 100 миллиардов долларов наличными и ценные бумаги. Чтобы показать, как быстро росли средства на банковском счете компании, отметим, что четырнадцать лет назад у нее было всего \$ 15,4 млрд резервов. Финансовый квартал 2012 года составил 46,33 миллиарда долларов.

Источник этой силы виден в том, что iPhone от Apple имеет самый высокий рейтинг удовлетворенности потребителей в истории. Прибыль Apple превышает IBM, и она считается одной из самых инновационных и ценных компаний в мире. Такой ошеломляющий успех всегда вызывает вопросы о его происхождении.

За короткое время Apple проделала большую работу по маркетингу своей продукции. Кроме того, магазины Apple являются самыми продуктивными в истории розничной торговли.

Стив Джобс отлично формировал спрос на продукцию компании, будь то игровые автоматы, MacBook, iPad и iPhone. Работа изменила отношение людей к технологиям. Стив Джобс сначала дал нам «Компьютер для всех нас», а затем систематически изменил потребительские свойства всего, что он дает - музыки, фильмов, журналов и даже Интернета. Джобс считал, что в продукте, чтобы удовлетворить потребителя, каждая деталь должна быть идеальной, даже те, которые вы не видите. Это объясняет, почему каждый, глядя на продукцию Apple, испытывает чувство целостности, в первоначальном смысле этого слова, она кажется цельной, а не просто совокупностью частей. Главный урок успеха Apple - важность сосредоточения внимания на основных сильных сторонах продуктов, которые хорошо разработаны для рынка. Результат можно увидеть в описании Джобсом привлекательности iPad: «Это все равно, что иметь Интернет под рукой», - сказал он собравшимся. «Он намного интимнее, чем ноутбук, и более функциональный, чем iPhone. Стив Чазин, который в настоящее время является вице-президентом по маркетингу в Tubes Now, раскрывает 5 секретов успеха Apple.

1. Не продавайте товары. Люди покупают то, что есть у других.

Товар не продается. Люди делают.

Apple не продает вам MP3-плееры (iPod). Они приглашают вас окунуться в образ жизни Apple, чтобы стать частью игрового сообщества iPod.

2. Никогда не выходите на рынок первым. Важнее делать что-то хорошее.

Mac, iPod, iTunes и iPhone стали успешными, потому что они опоздали на рынок и улучшили существующий дизайн и функциональность. Apple делает одно очень хорошо: она делает сложные продукты с легкостью и элегантностью. С другой стороны, Apple, будучи пионером, пыталась создать целую новую категорию продуктов - портативные цифровые помощники - и потерпела неудачу.

3. Расширение прав и возможностей молодых людей. Помогите своим клиентам помочь вам.

Молодые люди хотят вам помочь.

Как сделать молодежный рынок счастливым для вас? Просто предоставьте что-нибудь с продуктом, который сделает это за вас. Придумайте свои собственные белые наушники Apple, чтобы выделить свой продукт. Или рассмотрите еще один трюк Apple - раздайте наклейки или сделайте доступными футболки с вашего сайта, чтобы владельцы могли с гордостью демонстрировать свою футболку с вашим логотипом.

4. Сделайте ваше сообщение незабываемым. Варить фразы до загустения.

Маркетинг - это не то, что говорить.

До появления Интернета маркетологи обращались к потенциальным клиентам через печатную, наружную, радио и телевизионную рекламу. У маркетологов было 30 секунд, чтобы рассказать свою историю, а конкуренция была ограничена брендами с многомиллионными бюджетами. Но с появлением Интернета все изменилось. Убедитесь, что

каждый, кто посещает ваш сайт, покидает его с ясностью о вашем имидже, ознакомившись с ним через памятки, сообщения или изображения, даже если они не покупают. Только тогда они помогут распространить Ваши слова. Маркетинг является не тем, что вы делаете, чтобы достичь своих первых клиентов, слишком много информации не требуется.

Маркетинг разнообразен.

Джобс привлекает людей к тому, чтобы они ваш продукт и приобрели его выбрали. Маркетинг компании Apple настолько хорош, что он оформляет покупки еще до того, как люди увидят новинку. Это происходит, когда люди делают ваш маркетинг для Вас -250,000 проданных в первый день iPhone доказывает этот тезис. Помните, что маркетинг это не то, что вы говорите, это то, что другие говорят о Вас. Убедитесь, что вы обратились к ним с правильными слоганами.

5. Пойдите на один шаг дальше. Удивляйте и радуйте своих клиентов.

Сосредоточьтесь на ощущениях.

Полнота Маркетинга в комплексном пакете. Сделайте свой сайт таким отзывчивым, как магазины Apple - окружите продукт отзывами и пожеланиями клиентов.

Начните с упаковки.

Многие маркетологи забывают, что их отношения с клиентом действительно начинаются после того, как они покупают у вас. Сделайте их первый опыт незабываемым.

Опыт создания продуктов Apple, позволял поделиться с собой еще один тезис, чтобы поделиться с миром. Сделайте великолепную упаковку, и Вы заработаете собственных болельщиков.

Тим Баджарин является одним из ведущих аналитиков, работающих в сфере информационных технологий, которые сегодня работают под крышей Apple, и он дает свое объяснение успеху Apple в течение 30 лет. Большинство компаний выходят с сообщениями о том, что они продают, но только великие лидеры и компании сообщают, почему они делают то, что они делают. Люди не только покупают продукцию Apple, но потому, что они покупают в предвидении компании Apple о том, почему. Они верят в то же предвидение и хотят получить те преимущества, которые дают это предвидение. Сначала эти люди были названы «Мас - головы», а затем «Мас - культисты». Apple, пользователи Apple перемещаются за пределы культового статуса и на большие рынки в целом.

Так что же такое маркетинг продукции? Продукты маркетинга - исключительные продукты, которые преследуют маркетинговые цели вместо традиционного маркетинга, таких как печатная реклама и рекламные щиты. У продуктового Интернет маркетинга продукт настолько хорош, что он работает так. Таким образом, успех продукта исключительно с рекламой или красочностью рекламных щитов, но он зависит от того, насколько это великий продукт. Это эффективно, потому что люди доверяют тому, что другие люди рекомендуют. Вот элементы формулы успеха:

Жесткий контроль своей продукции во Вселенной.

В предыдущем тезисе сквозят намеки на то, что может быть одной из важнейших стратегий, контроль Apple. Используется ли это средство противодействия запуску сторонних приложений для iPhone или нежелание Apple, чтобы сделать его открытым исходным кодом, компания поддерживает броненосец своей продукции во Вселенной. Некоторые критики говорят, что это плохо. Но большая часть успеха компании может быть привязана к этому элементу управления. И это не даст прецедента даже в условиях сохраняющегося критики.

1. Steve Chazin. "Marketing Apple: 5 Secrets of the World's Best Marketing Machine." eBook. 2007.
2. Tim Bajarin. "Why Apple Is So Successful." PCMAC. August 29, 2011
3. Joseph Wesley. "Joseph Wesley's Blog" in conversations in internet marketing, innovation, and entrepreneurship. "Apple's Secret to Marketing Success - Product Marketing." February 25th, 2011.
4. Майкл Мориц: Возвращение в Яблочное королевство. Стив Джобс, сотворение Apple и как оно изменило мир.
5. Адам Лашински – Внутри Apple. Как работает одна из самых успешных и закрытых компаний мира.