

image not found or type unknown



“You know, Diana, successful marketers are those who can steer their organizations through the turbulent marketing environment and do it better than competitors. It is easy to say but it is not easy to do. Many competitive industries and organizations are very difficult to penetrate, despite all the intelligence techniques that may be available. Some well-established companies are ready to give general information on their production and marketing, but they are very reluctant to give away their “trade” secrets.

Despite this, any successful organization has to look at the competition and moreover be aware how the nature of the competition can guide its strategy. We are facing increasingly stiff competition from Commodities United Ltd. Our response has

to be rapid in order to preserve our stance. Competition in most global product markets is intense. Product type competition has become intense, so has brand competition. Substitute competition has also become an extremely bitter battleground, with products being able to replace

others as technology and tastes have changed. Competition drives down rates of return on invested capital. If the rate is “competitive” it encourages investment, if not, it discourages competition. There are four forces influencing the competition: threat of new entrants, threat of substitute products, “macro” factors like changes in technology and social factors and “micro” factors like

consumers’ or buyers’ changing needs.”

“OK, Bob”, Diana interrupted her uncle, “are

you going to deliver a lecture on competition? I must tell you I studied this subject at university. I wonder, why just not hit back by strongly marketing your

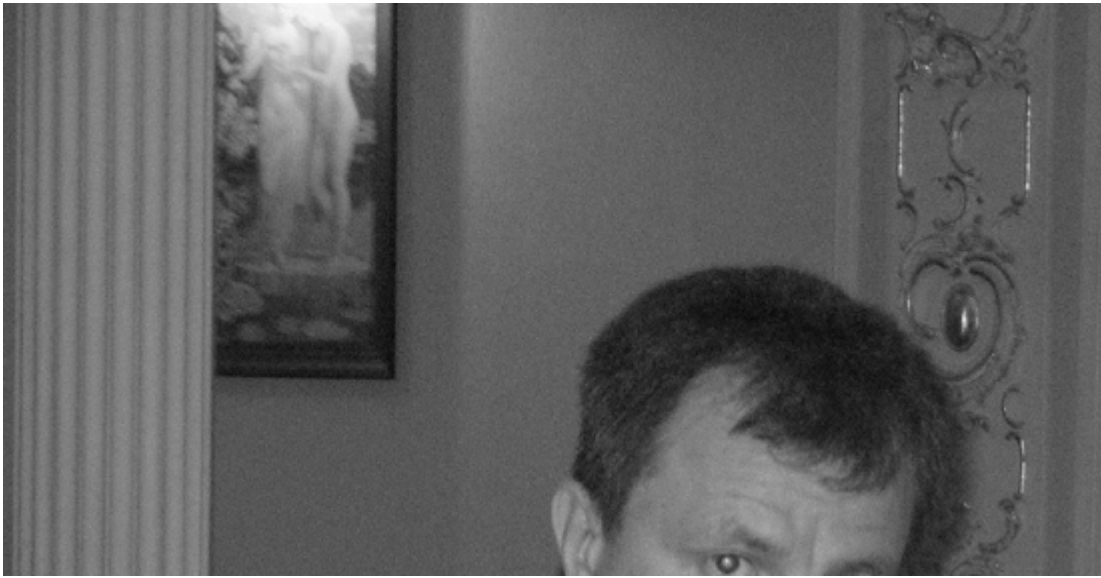
product to the detriment of Commodities United Ltd?”

“And here comes the question of my crazy idea”, continued Bob. “Do me a favour,

read this job advertisement in the Financial Times,” with these words he handed Diana the newspaper. Diana read the advertisement and stared at her uncle unbelievably.

“Do you want me to apply for a position of the personal assistant to the director of the marketing department of Commodities United Ltd?!” she started laughing. “Your idea is

really crazy!"



“Please, Diana, don’t say “no”! Don’t you understand it’s our chance to penetrate the company and to learn all their secrets?! Nobody knows you here. It’s a great chance!” Bob was very excited.

“I understand it all right. But you are forgetting something... They need an *experienced* person for this position!”

“Treat it as an adventure. You have nothing to lose. Let me help you to write your resume.”

“OK, Bob”, Diana gave in.

TEXT TRANSLATION P.46

«Вы знаете, Диана, успешные маркетологи — это те, кто может управлять своими организациями в условиях бурной маркетинговой среды и делать это лучше, чем конкуренты. Это легко сказать, но это нелегко сделать. Многие конкурентные отрасли и организации очень трудны для проникновения, несмотря на все методы разведки, которые могут быть доступны. Некоторые хорошо организованные компании готовы предоставить общую информацию о своей продукции и маркетинге, но они очень неохотно раскрывают свои «торговые» секреты.

Несмотря на это, любая успешная организация должна смотреть на конкуренцию и, кроме того, знать, как характер конкуренции может определять ее стратегию. Мы сталкиваемся с растущей конкуренцией со стороны Commodities United Ltd. Наш ответ был быстрым. Конкуренция в большинстве мировых товарных рынков очень высокая. Конкуренция по типу продукции стала интенсивной, как и конкуренция по брендам. Заменяющая конкуренция также превратилась в чрезвычайно ожесточенное поле битвы, поскольку продукты могут заменить другие как технологии и вкусы изменились. Конкуренция снижает нормы прибыли на вложенный капитал. Если ставка является «конкурентоспособной», это поощряет инвестиции, если нет, это препятствует конкуренции. На конкуренцию влияют четыре силы: угроза новых участников, угроза замены продуктов, «макро» факторы, такие как изменения в технологии и социальные факторы, и «микро» факторы, такие как меняющиеся потребности потребителей или покупателей».

«Хорошо, Боб», перебила Диана ее дядя, «это Вы собираетесь выступить с лекцией о конкурсе? Я должен сказать вам, что я изучал этот предмет в университете. Интересно, почему бы просто не нанести ответный удар, решительно продвигая свой

продукт в ущерб Commodities United Ltd?»

«И тут возникает вопрос о моей безумной идее», - продолжил Боб. "Окажи мне услугу,

Прочтите эту вакансию в Financial Times», с этими словами он передал Диане газету. Диана прочитала рекламу и недоверчиво уставилась на своего дядю.

«Вы хотите, чтобы я подал заявку на должность личного помощника директора департамента маркетинга Commodities United Ltd ?!» - начала она смеяться. «Ваша идея действительно сумасшедшая!»

«Пожалуйста, Диана, не говори «нет»! Разве вы не понимаете, что это наш шанс проникнуть в компанию и узнать все их секреты?! Никто не знает тебя здесь. Это отличный шанс!»

Боб был очень взволнован.

«Я все прекрасно понимаю. Но вы что-то забыли ... Им нужен опытный человек для этой должности!»

«Считайте это приключением. Вам нечего терять. Позвольте мне помочь вам написать ваше резюме.

«Хорошо, Боб», сдалась Диана.