

A collection of symbolic objects is arranged on a light-colored surface. In the top left, a portion of a chessboard with a blue and brown checkered pattern is visible, featuring several white chess pieces. Below the chessboard, there are two medals: one with a red ribbon and a white star, and another with a blue ribbon and a white star. A pair of thin-framed glasses lies diagonally across the center. In the bottom left corner, a small, round, silver-colored compass is visible. The background is a plain, light-colored surface.

STRATEGIE MARKETINGOWE



STRATEGIE MARKETINGOWE FIRM

1. **Strategia w relacji produkt – rynek,**
2. **Strategia koncentracji,**
3. **Strategie konkurencji,**
4. **Strategie marketingu mix**



Strategie produkt - rynek

RYNEK	Produkt	
	Penetracja rynku	Rozwój produktu
	Rozwój rynku	Dywersyfikacja



Penetracja rynku....

- ◆ **Najpierw należy wykorzystać istniejące rynki i możliwości na nich,**
- ◆ **Starania o jak największą sprzedaż na istniejącym rynku,**
- ◆ **Elastyczne stosowanie narzędzi marketingu mix,**
- ◆ **Strategia ta jest możliwa na stabilnych i rozpoznanych rynkach.**



Rozwój rynku....

- ◆ **Poprzez wejście na nowe rynki ze starymi produktami,**
- ◆ **Jeżeli istnieją nisze rynkowe – to należy je zająć,**
- ◆ **Jeżeli produkt(usługa) może być dodatkowo wykorzystany- to należy to zrobić,**
- ◆ **Eksport na rynki zagraniczne – to szansa, którą należy wykorzystać,**
- ◆ **Przeprowadź analizę szans i zagrożeń na nowym rynku**



Rozwój produktu...

- ◆ Na stary rynek wprowadzamy innowacje produktowe,
- ◆ Produkty nowe lub z istotną modernizacją,
- ◆ Nowe funkcje produktu, poszerzona jego użyteczność, nowe cechy (parametry użytkowe),
- ◆ Nabywców powinniśmy przekonać do nowego lub zmodernizowanego produktu



Dywersyfikacja...

- ◆ **To nowy produkt lub usługa na nowy rynek**
- ◆ **Firma może wyeliminować niesolidnych kooperantów,**
- ◆ **Jeżeli zasoby firmy pozwalają i mamy know-how(ew.licencje)- TO JEST SZANSA NA PRZYWÓDZTWO RYNKOWE,**



Dywersyfikacja może dotyczyć:

- ◆ **Produktów lub usług,**
- ◆ **Rynków**
- ◆ **Odbiorców,**
- ◆ **Dostawców,**
- ◆ **Bazy badawczo-rozwojowej,**
- ◆ **Techniki i technologii**
- ◆ **Środków i sposobów finansowania.**



Strategia koncentracji na jednej działalności...

- ◆ **Specjalizacja na jednym produkcie(usłudze) przynosi korzyści,**
- ◆ **Następujące firmy pozostały w 1 sektorze: Xerox, Gerber, Polaroid, Pen Coirporation, McDonalds, Holiday Inn,**
- ◆ **Dzięki specjalizacji lepsze wyniki, niższe koszty jednostkowe, lepszy dobór zasobów**



Inne opcje koncentracji poprzez.....

- ◆ **Przyspieszenie innowacji produktowych,**
- ◆ **Wchodzenie na nowe rynki,**
- ◆ **Poprawa jakości,**
- ◆ **Wprowadzenie więcej wzorów i rozmiarów produkcji,**
- ◆ **Rozszerzenie zakresu serwisu i poprawa jego organizacji.**



Strategie konkurencji(wg Zd.Pierscionka).:

- 1. Strategia najniższych cen,**
- 2. Strategia bazująca na jakości produktu,**
- 3. Strategia bazująca na jakości obsługi,**
- 4. Strategia bazująca na renomie firmy.**



Najniższe ceny...

- ◆ **Gdy potrafimy wygrać konkurencję kosztową,**
- ◆ **Gdy zero braków i minimalna absencja,**
- ◆ **Gdy możliwy jest efekt skali produkcji,**
- ◆ **Gdy produkcja jest realizowana na 2- 3 zmiany.**



Jakość, to m.in..:

- ◆ **Min. braków i wad ukrytych,**
- ◆ **ISO 9000 lub TQM,**
- ◆ **Stała dbałość o badania i rozwój,**
- ◆ **Licencje i zakup know how,**
- ◆ **Fuzje strategiczne z partnerami posiadającymi innowacje produktowe.**



Jakość obsługi, to m.in.:

- ◆ **Zaskakiwanie klienta dodatkową użytecznością,**
- ◆ **Kompleksowa obsługa życzeń klienta,**
- ◆ **Przyznawanie się do błędów i ich naprawa (+ ew.rekompensaty poniesionych strat),**
- ◆ **Dbłość o usługi przed i posprzedażowe.**



Dobra renoma firmy to:

- ◆ Dobry system komunikacji marketingowej,
- ◆ Poprawnie ukształtowany public relations,
- ◆ Poprawne stosunki z prasą i innymi mediami,
- ◆ Sprawnie kierowana komórka reklamacji,
- ◆ Nieustanna dbałość o dobry kontakt z klientelą.



Główne instrumenty marketingu mix..

- ◆ *Produkt*-o jak najlepszej jakości, stale ulepszany, modyfikowany, ulepszany
- ◆ *Cena*-nie sztywne- lecz negocjowane, elastyczne, w oparciu o relacje popytowo - podażowe,
- ◆ *Dystrybucja*-własna lub przez pośredników,dostawy just in time, min. kosztów dostaw,
- ◆ *Promocja*- agresywna w fazie WE,różnorodne techniki i nośniki promocji.