

7. Marketing menedzsment

Funkcionális menedzsment 1.

1

A marketing stratégia

- A marketing
 - fogalma
 - kialakulása – kínálati piac

A marketing stratégia:

a vállalati célok érdekében

- a célpiacok kiválasztása
- a marketing mix megválasztása
- az információs és tervezési rendszer kialakítása
- a megvalósítás és ellenőrzés

2

Marketing koncepciók

1. Termék koncepció
2. Termelési koncepció
3. Értékesítési koncepció
4. (Klasszikus) Marketing koncepció
5. Társadalomközpontú marketing koncepció :
 - felelős vállalat
 - fenntartható fejlődés

3

Marketing stratégiák

1. '60-as évek: „Tömegmarketing” – differenciálatlan stratégia, „véletlen” piaclefedés
2. '70-'80as évek: „Szegmensmarketing” – differenciált stratégia, maximális piaclefedés
3. '90-es évektől: „Niche-marketing” – „rés-stratégia”, szelektív piaclefedés

4

Piaclefedés (targeting)

Termék- és piackoncentráció			Termék-specializáció		
			X	X	X
X					
Piac-specializáció			Teljes piaclefedés		
X			X	X	X
X			X	X	X
X			X	X	X

5

Piaci pozicionálás

Magas 1. Várhatóan erős piaci pozíciók Alacsony ár	minőség 2. Közepes piaci pozíció-esély Magas ár
3. Közepes piaci pozíció-esély Alacsony	4. Gyenge piaci pozíció, esélytelenség minőség

6

Támadó marketing stratégiák

- piaci terjeszkedés
- piaci diverzifikáció
- „piacmélyítés” – új vevők meglévő szegmenseken
 - piaci pozíció erősítése
- piacvezető stratégiák – árháború
 - reklámháború
 - saját értékesítési hálózat
- „kihívó” stratégiák – innováció
 - kizorító stratégiák
 - nagyobb kockázatú ügyletek

7

Védekező stratégiák

- defenzív stratégiák
 - pozícióvédelem
 - „piaci rés” stratégia
- racionalizáló stratégiák
 - szervezeti, szervezési racionalizálás
 - költségcsökkentés:
 - hatékonyság növelése
 - magas ktg/haszon hányadosú termékek, csatornák és/vagy szegmensek kiiktatása

8

A marketing eszközszerke

- **Marketing mix (4 P, ill. 7P):**
 - termék politika
 - árpolitika
 - piac politika
 - promóciós politika

9

Termékpolitika

- termékminőség
gyártó ↔ fogyasztó (felhasználó)
- design
- csomagolás
- kiegészítő szolgáltatások
- garancia
- **termék-életciklus**

10

Árpolitika

Árpolitika célok – környezet

- fedezeti elv
- standardizáltság, helyettesíthetőség
- egyediség
- verseny
- konkurencia
- márkapolitika
- egyediség
- kereslet árrugalmassága

11

Piacpolitika

- Értékesítési utak
 - nagykereskedelem funkciói
 - kiskereskedelem funkciói
 - közvetlen értékesítés

Elosztási politika:

- intenzív elosztás
- szelektív elosztás
- exkluzív elosztás

12

Promóciós politika

Az értékesítés ösztönzése:

- direkt marketing
- személyes eladás
- e-marketing
- kommunikációs politika:
 - reklám : - hagyományos →ATL
 - nem hagyományos → BTL
(DM, PS, POP, szponzorálás
kiállítás, rendezvény)
- PR (belső, külső)
- imázs (Corporate Identity)