Marketingová stratégia 12 – Konkurencia :)

Tvorba marketingovej stratégie priamo závisí od poznania externého prostredia podniku, teda aj konkurencie.

Na to, aby mohol podnik marketingovú stratégiu zostaviť, potrebuje poznať svoju konkurenciu, jej silné a slabé stránky, teda to, v čom je oproti podniku konkurencia na trhu úspešnejšia a v čom naopak zaostáva. Ďalej nasleduje hľadanie odpovede na otázku: prečo je to tak?. Vytvorenie idey konkurenčnej výhody ako základu marketingovej stratégie cez nachádzanie jedinečných príležitostí, ktoré podniku poskytnú silnú výhodu oproti konkurencii, sa pripisuje Igorovi Ansoffovi. Jej realizácia vedie v súčasnej marketingovej praxi cez skvalitňovanie produkcie a budovanie dobrých vzťahov so zákazníkmi.[1]

[1] Dagmar Lesáková a kolektív, *Strategický marketingový manažment*. Bratislava : Sprint, 2001. 339 s. ISBN 80-88848-90-3.

Copyright © 2013 - 2026 Encyklopédia poznania