Marketingová stratégia 14 – Základné znaky marketingovej stratégie :)

Každá marketingová stratégia má určité spoločné znaky, bez ktorých by nebola funkčná. Rešpektuje zásady marketingu, ktorými sú uspokojenie potrieb zákazníka (v centre pozornosti je zákazník), orientácia na trh (trhové príležitosti a medzery), zohľadnenie konkurencie, ciele podniku, jeho možnosti a dispozície. Marketingová stratégia slúži na udržanie konkurenčnej výhody podniku prostredníctvom zrealizovaného cieľa (v podobe konkrétneho výrobku, služby, idey) a je úspešná za predpokladu, že náklady, ktoré s jej realizáciou súvisia, boli vynaložené efektívne[1].

Nestačí, že v stratégii je obsiahnutá reakcia na aktuálne udalosti na trhu, sama by totiž tieto udalosti mala ovplyvňovať. Aby toho bola marketingová stratégia schopná, je nevyhnutné zabezpečiť dostatok informácií o externom prostredí, tieto vedieť vyhodnotiť, spracovať a využiť. Marketingové stratégie sú dlhodobejšieho charakteru, keďže súvisia priamo s víziami a cieľmi podniku[2].

Preukázateľnosťou úspešnosti marketingovej statégie je teda aj časové hľadisko – obdobie, počas ktorého podnik túto využíva bez toho, aby musel stratégiu výraznejším spôsobom upravovať, modifikovať, či dokonca vypracovať nanovo.

[1] Helena Horáková, *Strategický marketing*. Praha : Grada Publishing, a. s., 2000. 152 s. ISBN 80-7169-996-9.

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

Copyright © 2013 - 2026 Encyklopédia poznania