

Marketingová stratégia 15 – Druhy marketingových stratégií :)

Marketingových stratégií je veľké množstvo. Nasledujúca tabuľka ukazuje delenie, ktoré vo svojej knihe použila Blažková[1].

| Členenie stratégií | Typ stratégií |
|--|---|
| Podľa marketingového mixu | Výrobné stratégie Cenové stratégie Distribučné stratégie Komunikačné stratégie |
| Rastové stratégie | Stratégia podľa Ansoffa Stratégia pre výber segmentu Stratégia integrácie |
| Zamerané na konkurenciu | Stratégia podľa Portera Bowmanove strategické hodiny |
| Podľa veľkosti trhového podielu a miery inovácie | Stratégia podľa Kotlera Inovačná stratégia |
| Podľa cyklu životnosti trhu | Zavedenie - stratégia pre vstup na nové trhy Rast - stratégia pre rastúce trhy Zrelosť - stratégie pre zrelé a nasýtené trhy Pokles - stratégie pre klesajúce trhy |
| Podľa trendu trhu | Rastové stratégie Udržovacie stratégie Ústupové stratégie |
| Podľa chovania na trhu | Ofenzívne (proaktívne) stratégie Defenzívne (reaktívne) stratégie Ochranné stratégie Expanzívne stratégie Uhýbacie stratégie Bojovné stratégie |
| Podľa chovania vzhľadom k prostrediu, konkurencii | Kooperatívne stratégie Konfrontačné (konfliktné stratégie) |
| Ďalšie typy stratégií | Stratégia positioningu Konkurenčná stratégia zameraná na odberateľa Stratégia pre celosvetové trhy Stratégie zamerané na sprostredkovateľov odbytu Stratégie zamerané na záujmové skupiny Internetové stratégie Stratégie v hraničných situáciách |

Marketingové stratégie

[1] Martina Blažková, *Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy*. Praha : Grada Publishing, a. s., 2007. 280 s. ISBN 978-80-247-1535-3.