



Маркетинговые стратегии

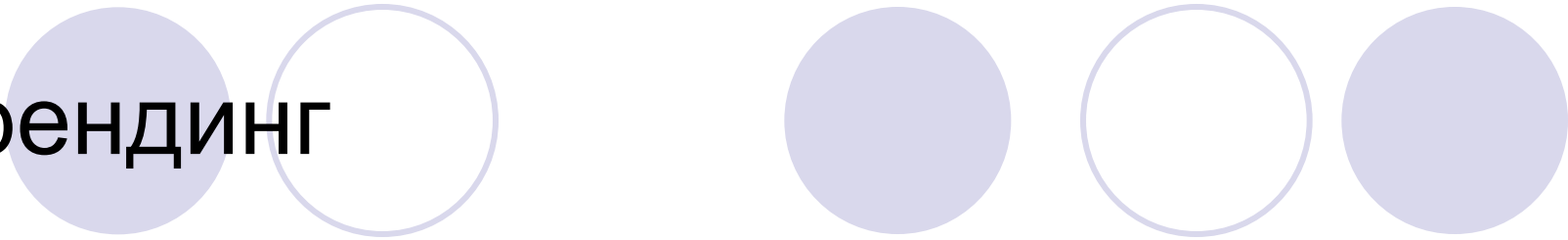
Курс «Стратегический и
инновационный менеджмент»



Маркетинговая стратегия

Маркетинговая стратегия - элемент стратегии деятельности предприятия, направленный на разработку, производство и доведение до покупателя товаров и услуг, наиболее соответствующих его потребностям. Различают стратегию привлечения покупателей и стратегию продвижения продукта.

Брендинг



Брендинг - в контексте стратегии маркетинга - разработка и осуществление комплекса мероприятий, способствующих:

- идентификации того или иного продукта;
- выделению этого продукта из ряда аналогичных конкурирующих продуктов;
- созданию долгосрочного предпочтения потребителей к бренду.



Коммуникативная политика

Коммуникативная политика - перспективный курс действий предприятия и наличие у него обоснованной стратегии использования комплекса коммуникативных (коммуникационных) средств взаимодействия со всеми субъектами маркетинговой системы, которая обеспечивает стабильную и эффективную деятельность по формированию спроса и продвижению товаров и услуг на рынок.

Наступательная война

Наступательная война - маркетинговая стратегия, при которой находящаяся на вторых или третьих ролях компания начинает атаковать лидера рынка.

Различают пять основных наступательных стратегий:

- 1- фронтальная атака, при которой бросающий вызов атакует сильные позиции конкурента;
- 2- фланговая атака, при которой бросающий вызов атакует слабые места лидера;
- 3- окружение, при котором бросающий вызов атакует по всем направлениям;
- 4- обходной маневр, при котором бросающий вызов направляет свои усилия на более легкий рынок;
- 5- партизанская атака, при которой бросающий вызов периодически осуществляет короткие атаки, снижая цены, осуществляя мощные или концентрированные рекламные атаки в надежде в конце концов завоевать постоянные и устойчивые позиции на рынке.

Оборонительная война

Оборонительная война - конкурентная маркетинговая стратегия, которую используют лидирующие на рынке компании для защиты своих позиций от атак конкурентов.

Различают 6 вариантов стратегии:

- 1- позиционная оборона, предусматривающая оборону существующих рыночных позиций;
- 2- фланговая оборона, обеспечивающая защиту наиболее уязвимых участков;
- 3- превентивная оборона, "атакующая" конкурентов до того, как они смогут предпринять какие-либо действия против лидирующей продукции;
- 4- контрнаступательная оборона, при которой лидер рынка находит слабое место конкурента и контратакует в этой точке;
- 5- мобильная оборона, при которой лидер рынка использует новые рынки, которые могут служить будущей базой для обороны и наступления;
- 6- стратегия сокращения фронта, при которой происходит уход с рынков, на которых имеются слабые позиции, и ресурсы концентрируются на других рынках, где имеются прочные позиции.



Партизанская война

Партизанская война - в маркетинге - конкурентная маркетинговая стратегия, реализуемая малыми компаниями, борющимися с крупными компаниями
Тактика партизанской войны включает выборочное снижение цен, административное давление на основной персонал, мощные взрывы рекламной активности и различные юридические действия.



Привлечение покупателей

Стратегия привлечения покупателей -

маркетинговая стратегия, при которой создается покупательский спрос на определенный продукт или его определенную марку. Привлечение покупателей главным образом осуществляется с помощью рекламы.



Продвижение продуктов

Стратегия продвижения продукта -

маркетинговая стратегия, при которой стимулируется стремление розничных продавцов активно продавать определенный продукт или определенную марку. При этом активно используются специальные предложения для розничных продавцов.