



\* **Marketingové  
strategie**

<b>Číslo projektu</b>	CZ.1.07/1.5.00/34.0124
<b>Název projektu DUM</b>	Škola budoucnosti s využitím IT VY_11_INOVACE_MAR16
<b>Název školy</b>	SPŠ a SOŠGS Most
<b>Předmět</b>	MAR
<b>Tematický okruh</b>	Marketingový systém řízení
<b>Téma</b>	Marketingové strategie
<b>Ročník</b>	4.
<b>Jméno autora</b>	Ing.Lenka Bombera Piskačová
<b>Datum tvorby</b>	9.9.2012
<b>Anotace</b>	Žáci se seznámí s druhy marketingových strategií

\* Umění řídit firmu nebo lidi takovým způsobem, aby bylo dosaženo stanovených cílů.

\* **Strategie**

\* proces stanovování firemních cílů, plánování a realizování kroků vedoucích k jejich dosažení.

# \* Strategické plánování

- \* 1.) strategie pronikání
- \* 2.) strategie rozvoje výrobku
- \* 3.) strategie rozvoje trhu
- \* 4.) strategie diversifikace

## \* Matice růstu podniku

- \* Firma se snaží o hlubší a intenzivnější proniknutí na stávající trh se stávajícími produkty a s cílem vyššího obratu
  
- \* Vhodná nachází-li se výrobek v počáteční fázi životního cyklu
  - Vyšší výdaje na propagaci a informovanost zákazníků, snížení ceny nebo zvýšení kvality výrobku

## \* Strategie pronikání

Firma se snaží nabídnout stávající výrobek na novém trhu.

Je-li stávající trh nasycen, nebo je-li firma vytěsněna konkurencí.

Př. Nové území, nová věková kategorie

# \* Strategie rozvoje trhu

- \* firma se snaží prosadit na plně obsazeném trhu novým výrobkem
- \* Využívá se tehdy, pokud firma nechce ztratit věrné zákazníky

## \* Strategie rozvoje výrobku

- \* strategie spočívá v nabídnutí nových výrobků novému trhu
- \* riziková strategie, je velmi finančně náročná (distribuce, propagace)

\* Strategie  
diversifikace