


DECYZJE I ZARZĄDZANIE MARKETINGOWE



Pojęcie marketingu



Marketing jest procesem społecznym, dzięki któremu ludzie otrzymują to, czego potrzebują i chcą przez kreowanie, oferowanie i swobodną wymianę produktów i usług.



Marketing przynosi korzyści przedsiębiorstwom i konsumentom, bowiem z jednej strony działania marketingowe pomagają przedsiębiorstwom sprzedawać produkty i osiągać zysk, a z drugiej konsumentom umożliwiają korzystniejsze nabywanie towarów.

Zadanie marketingu



Zadaniem marketingu jest poznanie i zrozumienie konsumenta oraz zorientowanie się, czy oferowany produkt lub usługa odpowiadają mu.

Cel marketingu



Celem marketingu jest spełnianie potrzeb i pragnień konsumentów . Zrozumienie zachowań konsumentów jest trudne, bowiem zdarza się że w ostatniej chwili zmieniają decyzje o zakupie.

Marketing mix



Marketing mix jest zestawem narzędzi marketingowych, które są wykorzystywane przez przedsiębiorstwo do osiągnięcia celów marketingowych na rynku docelowym.

Marketing mix - 4P – product, price, place, promotion



Produkt

Najważniejszy przedmiot działań marketingu.

Towar, usługa lub pomysł zawierający określony zestaw materialnych i niematerialnych cech, które zaspakajają potrzeby klientów, otrzymywany w zamian za pieniądze lub inną jednostkę wartości.

Cena

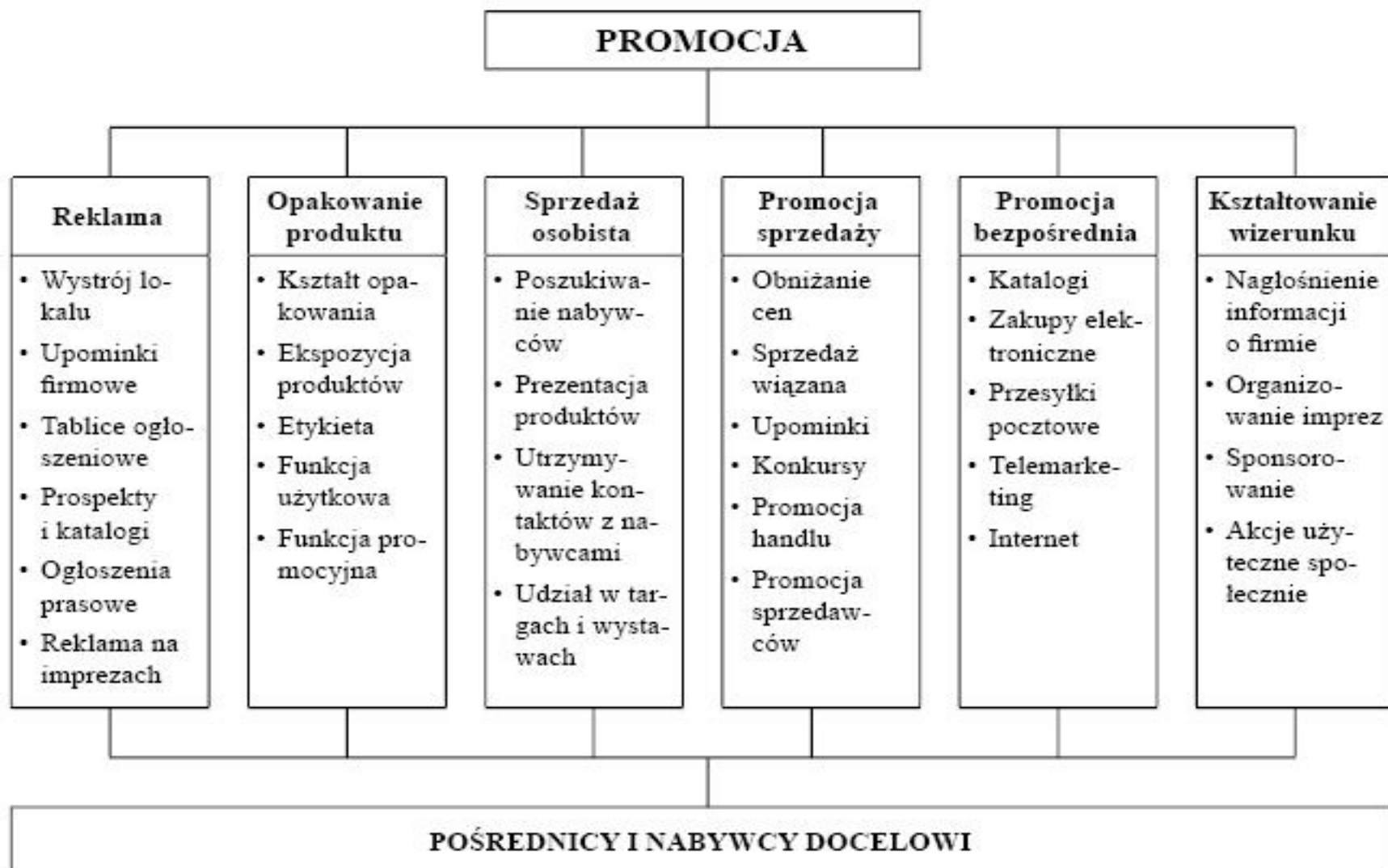
Odgrywa decydującą rolę przy podejmowaniu decyzji konsumenta o zakupie danego towaru lub usługi. Musi być adekwatna do jakości produktu, a zarazem pokrywać koszty produkcji. Cena musi być również konkurencyjna w stosunku do cen podobnych towarów lub usług na rynku.

Promocja



Obejmuje wszelkie działania, których celem jest zainteresowanie potencjalnych klientów produktem, a następnie skłonienie ich do jego zakupu.

Narzędzia promocji



Dystrybucja



Obejmuje planowanie, organizowanie i kontrolę dostarczania produktów na rynek, tak aby odpowiadało to konsumentom, a producentom zapewniało jak najwyższy przychód.