Marketingový cieľ :)

Želaný výsledok marketingových aktivít podniku.

Viaže sa výlučne na výrobky a trhy (na rozdiel od finančných cieľov podniku).

Marketingové ciele podniku majú podobu jedného zo štyroch variantov: dodávanie tradičných výrobkov na tradičné trhy, dodávanie tradičných výrobkov na nové trhy, dodávanie nových výrobkov na tradičné trhy, dodávanie nových výrobkov na nové trhy.

Marketingové ciele musia byť vyjadrené pomocou kvantitatívnych mier, vzťahujúcich sa napr. k objemu predaja, podielu na trhu, počtu predajní ako výrazu penetrácie trhu a pod.

Copyright © 2013 - 2026 Encyklopédia poznania