Marketingová stratégia 07 – Nástroje marketingového mixu :)

Medzi najpoužívanejšie nástroje marketingového mixu sa zaraďuje produkt, cena, distribúcia, marketingová komunikácia, ale rôzni autori v odbornej literatúre používajú aj iné komponenty. Jednotlivé nástroje (prvky) marketingového mixu navzájom ovplyvňujú.

Za nevýhodu takto zostaveného marketingového mixu možno považovať fakt, že sa díva na trh z pohľadu predávajúceho. Keďže v centre pozornosti na trhu je však zákazník, používanie marketingového mixu by malo byť so zreteľom na zákazníka (*customer value*), náklady zákazníka (*customer costs*), pohodlie zákazníka (*customer convenience*) a komunikáciu s ním (*communication*).

„Marketingový mix spolu s výberom trhových segmentov a cieľových trhov vytvárajú marketingovú stratégiu firmy.“[1]

[1] Dagmar Jakubíková, *Strategický marketing*. Praha : Grada Publishing, a. s., 2008. 272 s. ISBN 978-80-247-2690-8.

Copyright © 2013 - 2026 Encyklopédia poznania