Marketingová stratégia 11 – Marketingová komunikácia :)

Obsahom marketingovej komunikácie podniku, tak ako to vyplýva už z jej názvu, je komunikácia s cieľovými skupinami, ktorú zabezpečuje prostredníctvom tzv. komunikačného mixu. Cieľom je zoznámiť zákazníkov s produktom, presvedčiť ich o nákupe a ďalej zabezpečiť vyššiu frekvenciu nákupov, vytvoriť skupiny verných zákazníkov a podobne.

Komunikačné ciele by mali byť v súlade s podnikovými a marketingovými cieľmi podniku.[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