

Marketingová stratégia 15 – Druhy marketingových stratégií :)

Marketingových stratégií je veľké množstvo. Nasledujúca tabuľka ukazuje delenie, ktoré vo svojej knihe použila Blažková[1].

Členenie stratégií	Typ stratégií
Podľa marketingového mixu	Výrobné stratégie Cenové stratégie Distribučné stratégie Komunikačné stratégie
Rastové stratégie	Stratégia podľa Ansoffa Stratégia pre výber segmentu Stratégia integrácie
Zamerané na konkurenciu	Stratégia podľa Portera Bowmanove strategické hodiny
Podľa veľkosti trhového podielu a miery inovácie	Stratégia podľa Kotlera Inovačná stratégia
Podľa cyklu životnosti trhu	Zavedenie - stratégia pre vstup na nové trhy Rast - stratégia pre rastúce trhy Zrelosť - stratégie pre zrelé a nasýtené trhy Pokles - stratégie pre klesajúce trhy
Podľa trendu trhu	Rastové stratégie Udržovacie stratégie Ústupové stratégie
Podľa chovania na trhu	Ofenzívne (proaktívne) stratégie Defenzívne (reaktívne) stratégie Ochranné stratégie Expanzívne stratégie Uhýbacie stratégie Bojovné stratégie
Podľa chovania vzhľadom k prostrediu, konkurencii	Kooperatívne stratégie Konfrontačné (konfliktné stratégie)
Ďalšie typy stratégií	Stratégia positioningu Konkurenčná stratégia zameraná na odberateľa Stratégia pre celosvetové trhy Stratégie zamerané na sprostredkovateľov odbytu Stratégie zamerané na záujmové skupiny Internetové stratégie Stratégie v hraničných situáciách

Marketingové stratégie

[1] Martina Blažková, *Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy*. Praha : Grada Publishing, a. s., 2007. 280 s. ISBN 978-80-247-1535-3.