

Strategia marketingowa-czym jest i jak może pomóc firmie?

Celem każdej działalności, jaką podejmuje firma jest osiągnięcie zysku. Jednak, żeby móc ten cel zrealizować, trzeba wiedzieć kiedy, komu i w jaki sposób przekazywać informacje na temat swojego produktu czy usługi.

Strategię marketingową powinna posiadać każda firma. Jest to plan działania, który określa, jakie są mocne i słabe strony przedsiębiorstwa, jakie są jego cele do osiągnięcia oraz jaka jest grupa docelowa i jak do niej trafić. Strategia pozwala wskazać odpowiedni kierunek działań marketingowych, który przyniesie najlepsze rezultaty. Głównym jej zadaniem jest określenie, w jaki sposób komunikowane będą korzyści i przewagi konkurencyjne firmy, w celu zwiększenia zysku przedsiębiorstwa.

Dlaczego posiadanie strategii marketingowej jest tak ważne?



- 1 Strategia daje informacje jak pozycjonować się w stosunku do konkurencji. Dzięki niej wiadomo dla jakiego segmentu klientów przeznaczony jest produkt lub oferta. Wiedząc, jakie są potrzeby danego segmentu, można lepiej na nie odpowiedzieć.
- 2 Określa plan działania od kształtowania produktu i jego ceny po działania związane z promocją i sprzedażą. Przez co zawsze wiadomo, co trzeba powiedzieć o produkcie, jakich argumentów używać, żeby go sprzedać i jakie kanały dotarcia do klientów wybrać.
- 3 Dzięki niej wiadomo jak reagować na zmiany na rynku i ruchy konkurencji.
- 4 Pokazuje możliwości, które można wykorzystać i zagrożenia, których należy unikać.
- 5 Pomaga w efektywnym komunikowaniu się z obecnymi i potencjalnymi klientami.
- 6 Wskazując efektywne metody promocji, oszczędza czas i pieniądze.
- 7 Jest podstawą wszelkich kampanii reklamowych.
- 8 Podnosi sprzedaż i zyski firmy.

Cel a strategia



Pracując nad strategią nie można mylić celów ze środkami do ich osiągnięcia. Często definiuje się strategię jako cel biznesowy. Jednak strategia nie odpowiada na pytanie: jaki zysk osiągniemy w ciągu roku, tylko: w jaki sposób to osiągniemy? Odpowiednia strategia pokazuje, jak zrealizować założony przez firmę cel, przy wykorzystaniu dostępnych zasobów. Firmy, które nie posiadają strategii, często wybierają znacznie dłuższą i bardziej kosztowną drogę do realizacji celów. A więc dobra strategia marketingowa jest inwestycją firmy w wiedzę, dzięki której dowiemy się na czym należy się skoncentrować, jednocześnie zmniejszając koszty.

A zatem, skuteczna strategia marketingowa łączy ze sobą rozwój produktu, promocji, dystrybucji i ceny oraz relacje z klientami.



Pomoc w kryzysie



Każda firma, niezależnie od wielkości, powinna być przygotowana na trudne sytuacje, ponieważ nie wszystko można przewidzieć. Jeśli jednak przedsiębiorstwo posiada strategię marketingową, to postępowanie w przypadku nieoczekiwanej sytuacji, tzw. kryzysu, nie powinno być problemem.

Wyróżnić możemy kilka problemów przedsiębiorstw, w których strategia będzie wsparciem w ich jak najszybszym i najlepszym rozwiązaniu:

- kryzys ekonomiczny, będący skutkiem problemów z płynnością finansową, zadłużeniem firmy czy inflacją
- kryzys technologiczny, do którego zaliczyć można szkodliwy wpływ produktu na zdrowie czy zanieczyszczenia powstałe w procesie produkcji
- kryzys spowodowany nieodpowiednim marketingiem, m.in. zła polityka cenowa, nieetyczna reklama, kampania obrażająca daną grupę ludzi
- kryzys informacyjny- pojawiające się plotki i pogłoski, nieprzychylnie artykuły i komentarze
- trudne sytuacje wewnętrzne, takie jak zwolnienia, strajki, mobbing czy dyskryminowanie pracowników
- konflikt z prawem danej firmy, zarówno pracodawcy jak i pracowników

Każde z wyżej wymienionych zdarzeń zostanie opanowane, gdy gotowy będzie scenariusz antykryzysowy. Taki plan postępowania, wdraża się w trudnych sytuacjach, kiedy nadmierny stres odbiera nam logiczne myślenie i kierują nami emocje. Właśnie wtedy mamy gotowe narzędzia, które po zastosowaniu przyniosą pozytywne rozwiązanie. Odpowiednie przygotowanie firmy, w postaci strategii marketingowej pozwoli szybko zareagować i w efekcie wzmocnić wizerunek przedsiębiorstwa na rynku.

Najbardziej efektywna strategia tworzona jest przez zespół specjalistów w trakcie trzech etapów działania:

- ① Analiza sytuacji wewnętrznej firmy i jej otoczenia.
- ② Proces kreatywny określający kwestie komunikacyjne.
- ③ Określenie harmonogramów i narzędzi działania.

Jeśli chciałbyś dowiedzieć się jakie korzyści strategia marketingowa może przynieść Twojej firmie, skontaktuj się z naszym specjalistą.

☎ +48 884 999 664

✉ biuro@agencjaharmonic.pl