

***Разработка стратегии  
маркетинга компании***

**Маркетинговая стратегия** – общий план развития каждого элемента маркетинга (физический товар – продукт, распределение, цена, продвижение; услуга – продукт, распределение, цена, продвижение, физическое окружение, процесс, персонал), разработанный на долгосрочную перспективу.

Маркетинговая стратегия – общий план развития каждого элемента маркетинга (физический товар – продукт, распределение, цена, продвижение; услуга – продукт, распределение, цена, продвижение, физическое окружение, процесс, персонал), разработанный на долгосрочную перспективу.

## **Задачи маркетинговой стратегии – это:**

- комплексное изучение всего рынка;
- объективная оценка спроса и потребностей;
- разработка маркетинговой стратегии и выработка методов, позволяющих ее реализовать Основными целями маркетинговой стратегии обычно выступают:
- увеличение объема продаж, которое может произойти двумя путями: с помощью увеличения потока клиентов или количества заказов;
- увеличение прибыли компании;
- обеспечение привлекательности продукции для той или иной целевой аудитории;
- завоевание большей доли рыночного пространства;
- достижение лидерских позиций в своем рыночном сегменте

# H&M

- Компания H&M была основана Эрлингом Перссоном в Швеции, в городе Вестерос в 1947 году. Она специализируется на одежде для всей семьи. Сегодня сеть насчитывает более 2200 магазинов (включая около 40 франчайзинговых) в 38 странах, на четырех континентах. Кредо компании — «мода и качество по самой выгодной цене». Помимо разработок собственных дизайнеров периодически H&M выпускает коллекции одежды, создаваемые совместно с известными дизайнерами.



- Стратегическая цель H&M — увеличивать число магазинов на 10-15% ежегодно, при этом повышая продажи в сопоставимых единицах. Рост, который будет полностью самофинансироваться, позволит сохранить акцент на качество и высокую доходность. За «пятилетку» с 2004 до 2009 гг. продажи компании, включая НДС, увеличились на 88%, а прибыль после уплаты налогов — на 125%. Ценности бренда — мода, экономичность, социальность и внимание к окружающей среде.

BALMAIN

PARIS

H&M



