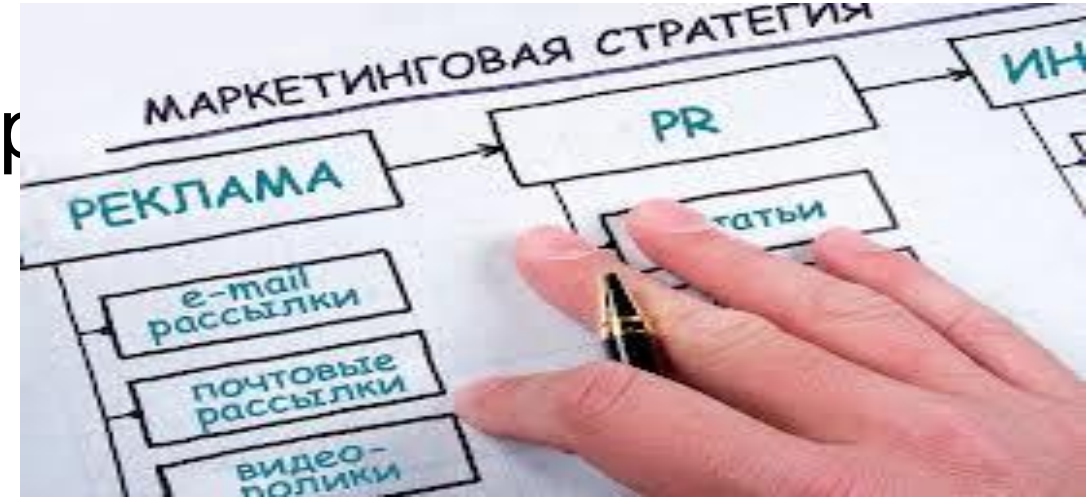
Маркетинговая стратегия

**Стратегия маркетинга** – генеральная программа действий на рынке с четко сформулированными целями, путями их достижения и необходимыми ресурсами.

1. **Стратегии глобальные** – стратегии роста, конкурентные стратегии, стратегии охвата.
2. **Стратегии локальные** – стратегии ценовые, сбытовые, товар



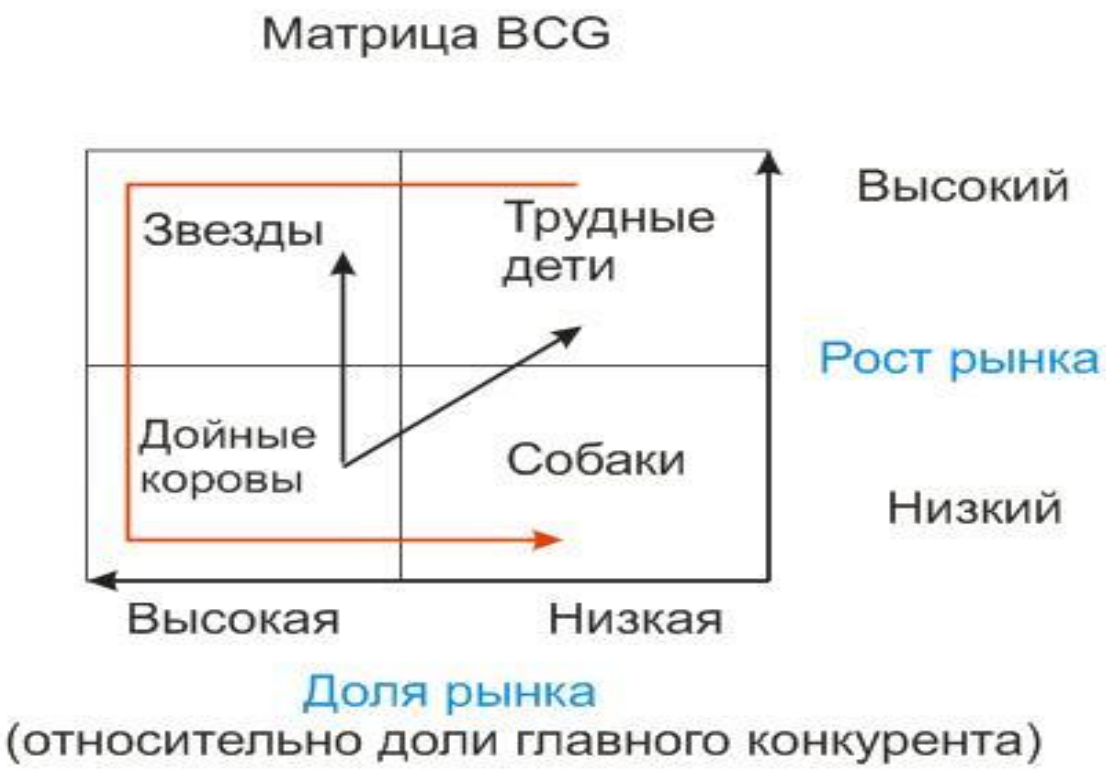
**Портфельные стратегии** - строятся на сочетании оценок маркетинговых возможностей (рост спроса, привлекательность рынка) и внутреннего потенциала предприятия или его хозяйственных подразделений (стратегическое положение, доля на рынке).

**Бизнес-портфель –** совокупность видов деятельности компании и выпускаемых ею товаров.

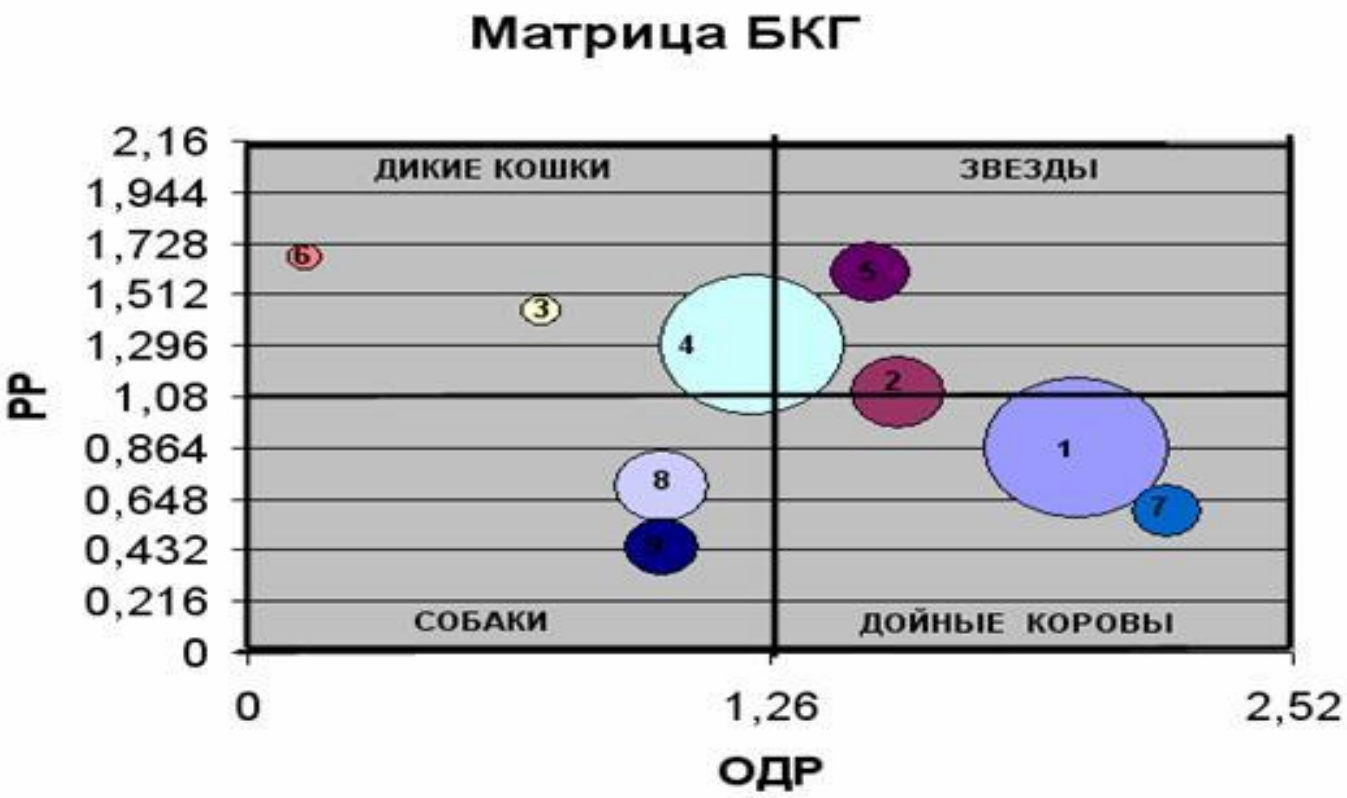
# Этапы портфельного анализа

1) Определение основных направлений деятельности.
**Стратегическая бизнес-единица (СБЕ)** – часть бизнеса компании, которая характеризуется самостоятельными миссией, задачами и системой планирования.
2) Оценка привлекательности различных СБЕ и принятие решения об объемах инвестирования в каждую из них.

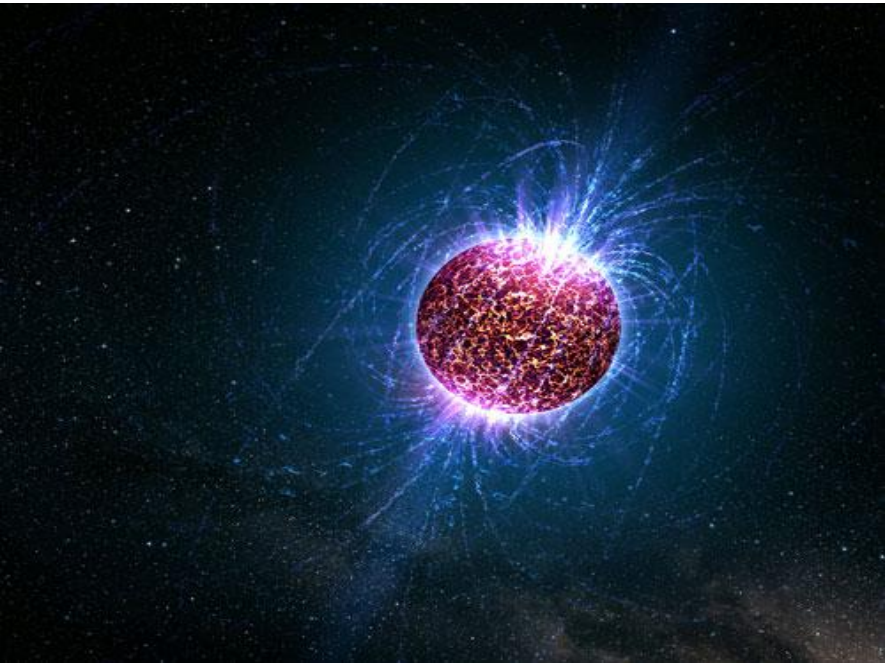
# Методика портфельного анализа Бостонской консалтинговой группы (матрица БКГ, матрица «рост/ доля рынка»)



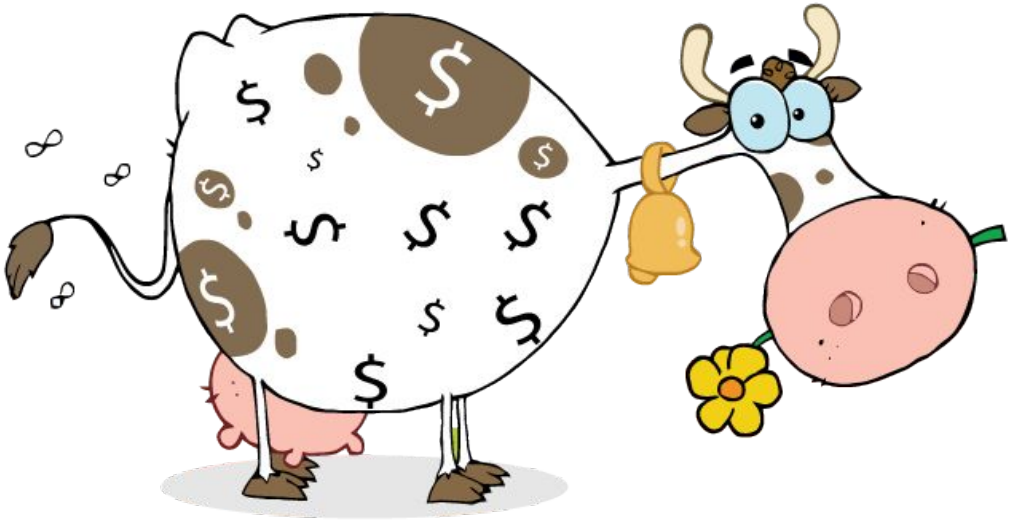
# Пример матрицы БКГ



**«Звезды»** – быстро растущие СБЕ с большой долей рынка. Обычно нуждаются в больших инвестициях, поддерживающих быстрый рост.



**«Дойные коровы»** – СБЕ с низким темпом роста и большой долей рынка. Это устойчивые и доходные СБЕ, не требующие больших инвестиций для сохранения доли рынка.



**«Темные лошадки»** – СБЕ с низкой долей рынка на быстро растущих рынках. Нуждаются в значительном финансировании.

**«Собаки»** – СБЕ с низкими темпами роста и малой долей рынка; способны генерировать достаточно средств, чтобы окупить собственную деятельно

# Виды маркетинговых стратегий:

- стратегии роста компании;
- стратегии охвата рынка;
- маркетинговые стратегии, зависящие от динамики потребительского спроса (стратегия синхромаркетинга, ремаркетинга и др.);
- конкурентные стратегии (атаковые и оборонительные).

# Стратегии роста

- стратегии интенсивного роста;
- стратегии интеграционного роста;
- стратегии диверсификационного роста

# Стратегии интенсивного роста (матрица Ансофф)

| | *Выпускаемые продукты* | *Новые продукты* |
|---|---|---|
| *Имеющиеся рынки* | СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА | СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ПРОДУКТА |
| *Новые рынки* | СТРАТЕГИЯ ОСВОЕНИЯ НОВЫХ РЫНКОВ | СТРАТЕГИЯ ДИВЕРСИФИКАЦИИ |

# Стратегии интеграционного роста

1. ***Стратегия регрессивной интеграции*** направлена на развитие фирмы за счет приобретения поставщиков или усиления контроля над ними.
2. ***Стратегия прогрессивной интеграции*** выражается в развитии фирмы за счет приобретения или усиления контроля над системами распределения и продажи.
3. ***Стратегия горизонтальной интеграции*** основана на действиях фирмы по поглощению или постановке под более жесткий контроль предприятий-конкурентов на рынке фирмы.

# Стратегия диверсификационного роста

***Диверсификация*** – проникновение предприятия в отрасли, не имеющие прямой производственной связи или функциональной зависимости от основной деятельности.

- **Концентрическая диверсификация** – выпуск нового товара с использованием уже имеющихся у компании технологий, либо производственных линий.
- **Горизонтальная диверсификация** – технология производства уже не связана с прежней, сохранение старых клиентов при выпуске новых товаров.
- **Конгломератная диверсификация** – производится абсолютно новый товар, не связанный с прежними технологиями и для абсолютно новых потребителей.

# Стратегии охвата рынка

1. *Стратегия массового (недифференцированного) маркетинга*.
2. *Стратегия дифференцированного маркетинга*
3. *Стратегия концентрического маркетинга*

# Стратегические альтернативы

1. ***Ограниченный рост*** - установление целей «от достигнутого», скорректированных с учетом экономических факторов; организация в основном удовлетворена своим положением.
2. ***Рост*** - ежегодное повышение уровня краткосрочных и долгосрочных целей над уровнем показателей предыдущего года; применяется в динамично развивающихся организациях.
3. ***Сокращение*** - уровень преследуемых целей устанавливается ниже достигнутого в прошлом.
4. ***Сочетание*** - сочетания всех или нескольких альтернатив.

# Варианты сокращения

1. *Ликвидация.*
2. *Отсечение лишнего.*
3. *Сокращение и переориентация.*

# Факторы, влияющие на стратегический выбор

1. *Риск*
2. *Знание прошлых стратегий*
3. *Реакция на коллектив*
4. *Фактор времени*