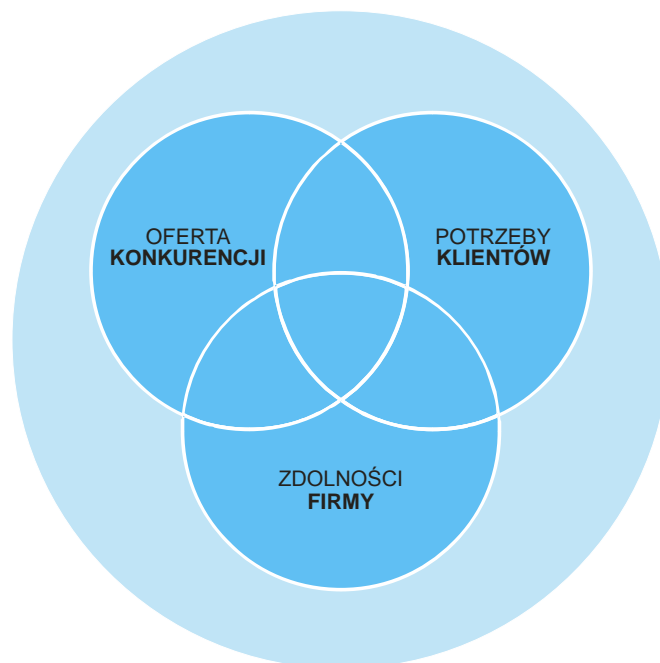


Analiza sytuacji marketingowej

dr Bartłomiej Kurzyk



1. Podsumowanie wprowadzające ✓

2. Analiza sytuacji marketingowej

5C

- Nabywcy
- Konkurencja / Sektor
- Firma
- Kontrahenci
- Otoczenie makro

Plus: potencjał rynku i popyt

3. Analiza szans i zagrożeń

4. Cele

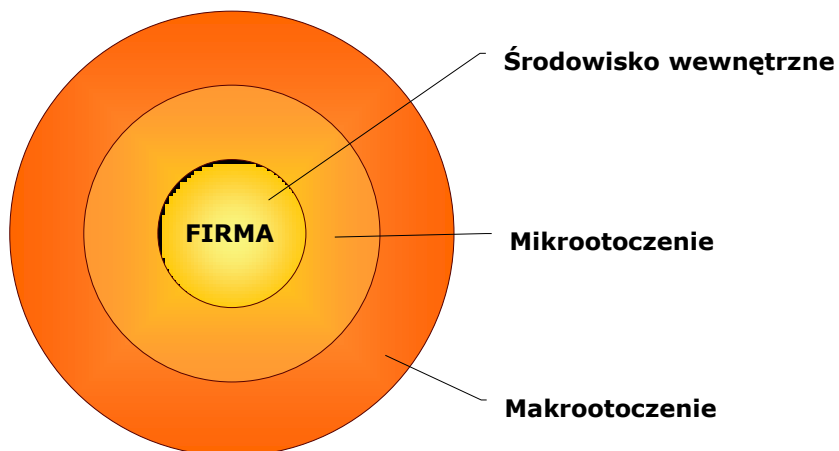
5. Strategie marketingowe

6. Programy działań

7. Symulacje zysków i strat

8. Kontrola

Otoczenie firmy



Makrootoczenie firmy

P	olitical	polityczne
E	conomical	ekonomiczne
S	ocial	społeczne
T	echnological	technologiczne

Makrootoczenie firmy

S	ocial	społeczne
T	echnological	technologiczne
E	conomical	ekonomiczne
E	nvironmental	środowiskowe
P	olitical	polityczne
L	egal	prawne
E	thical	etyczne

1. Podsumowanie wprowadzające ✓

2. Analiza sytuacji marketingowej

5C

- Nabywcy
- Konkurencja / Sektor
- Firma
- Kontrahenci
- ✓ Otoczenie makro

Plus: potencjał rynku i popyt

3. Analiza szans i zagrożeń

4. Cele

5. Strategie marketingowe

6. Programy działań

7. Symulacje zysków i strat

8. Kontrola

Firma (środowisko wewnętrzne)

5M

- **M**achines Maszyny
- **M**aterials Materiały
- **M**en Ludzie
- **M**oney Pieniądze
- **M**arkets Rynki

Company (Firma)

- Perspektywa strategiczna
- Core competencies (kluczowe kompetencje)
- Firma / Produkt
 - Wskaźniki działania
 - Finansowe (np. ROI)
 - Rynkowe (np. udział w rynku)
- Alokacja zasobów
 - Analiza portfelowa

Perspektywa strategiczna obszary wartości

- Możesz być liderem rynkowym, gdy skupisz się na jednym z trzech obszarów:
 - Wyższość operacyjna
 - Przywództwo produktowe
 - Zażyłość z klientem

Kluczowe kompetencje

*Coś, co firma robi lepiej
niż wszyscy inni*

Coś, co ją wyróżnia

Kluczowe kompetencje

- Trzy cechy:
 - Znacząco wpływa na postrzegane korzyści dla klientów
 - Jest trudne do skopiowania przez konkurencję
 - Daje potencjalny dostęp do wielu rynków (np. miniaturyzacja)

Analiza wskaźnikowa

- Udział w rynku
- Marża
- Wskaźniki lojalności
- Świadomość istnienia produktu / firmy
- Wskaźniki ilościowe

Porównanie ze średnimi w branży lub z głównymi konkurentami

Company (Firma)

- Perspektywa strategiczna
- Core competencies (kluczowe kompetencje)
- Firma / Produkt
 - Wskaźniki działania
 - Finansowe (np. ROI)
 - Rynkowe (np. udział w rynku)
- **Alokacja zasobów**
 - **Analiza portfelowa**

1. Podsumowanie wprowadzające ✓

2. Analiza sytuacji marketingowej

5C

- Nabywcy
- Konkurencja / Sektor
- ✓ Firma
- Kontrahenci
- ✓ Otoczenie makro

Plus: potencjał rynku i popyt

3. Analiza szans i zagrożeń

4. Cele

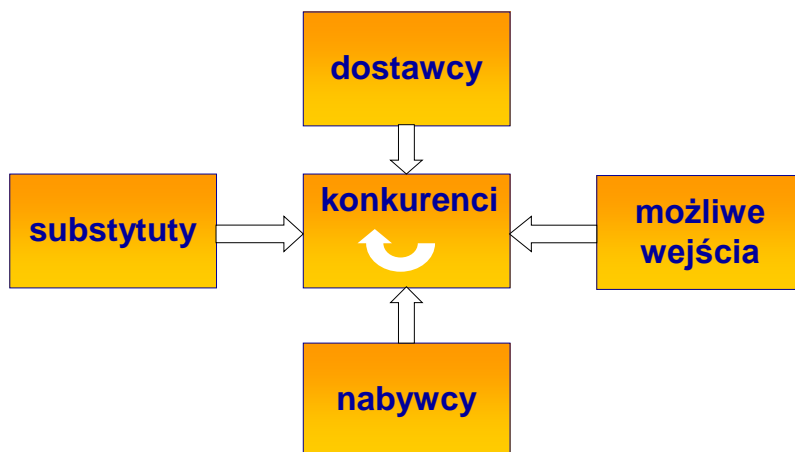
5. Strategie marketingowe

6. Programy działań

7. Symulacje zysków i strat

8. Kontrola

Analiza 5 sił konkurencyjnych Portera



Alianse

Kontrakty

Własność

Kontrakty
krótkoterminowe

Fuzje
i przejęcia

Alianse strategiczne

Luźna
współpraca

Partnerstwa,
joint venture,
licencje

Wkłady
inwestycyjne

własność
50/50

Udziały
większo-
ściowe

1. Podsumowanie wprowadzające ✓

2. Analiza sytuacji marketingowej

5C

- Nabywcy
- ✓ Konkurencja / Sektor
- ✓ Firma
- ✓ Kontrahenci
- ✓ Otoczenie makro

Plus: potencjał rynku i popyt

3. Analiza szans i zagrożeń

4. Cele

5. Strategie marketingowe

6. Programy działań

7. Symulacje zysków i strat

8. Kontrola

Nabywcy

- Potrzeby nabywców
- Główne czynniki wpływające na zachowanie nabywców
- Fazy procesu zakupu
- Uczestnicy procesu decyzyjnego

1. Podsumowanie wprowadzające ✓

2. Analiza sytuacji marketingowej

5C

- ✓ Nabywcy
- ✓ Konkurencja / Sektor
- ✓ Firma
- ✓ Kontrahenci
- ✓ Otoczenie makro

Plus: potencjał rynku i popyt

3. Analiza szans i zagrożeń

4. Cele

5. Strategie marketingowe

6. Programy działań

7. Symulacje zysków i strat

8. Kontrola

3. Analiza szans i zagrożeń

Analiza bieżącej sytuacji (5C)

Nabywcy, Konkurencja / Sektor, Firma, Kontrahenci, Makrootoczenie

1. Identyfikacja szans i zagrożeń
2. Identyfikacja silnych i słabych stron firmy (projektu) odnoszących się do zidentyfikowanych szans i zagrożeń
3. Priorytetyzacja OTSW w celu koncentracji na budowaniu strategii odnoszących się do najbardziej istotnych kwestii

Analiza SWOT / OTSW

Wewnątrz firmy	S Strengths Silne strony	W Weaknesses Słabości
Na zewnątrz; niezależne od firmy	O Opportunities Szanse	T Threats Zagrożenia

Analiza SWOT / OTSW

**Na zewnątrz;
niezależne od
firmy**

O Opportunities Szanse	T Threats Zagrożenia
S Strengths Silne strony	W Weaknesses Słabości

**Wewnątrz
firmy**