**Strategia marketingowa – Jakich narzędzi warto użyć?**

**Strategia marketingowa wiąże się z kompleksowym określeniem celów oraz działań, jakie mamy zamiar zrealizować, aby pozyskać klienta. Pod uwagę należy wziąć wiele czynników, które wpływają na nasz biznes oraz zachowania docelowego klienta. Jak do tego podejść?**

Znaczenie marketingu w biznesie jest ogromne. Sprawne realizowanie działań w ramach odpowiedniej strategii mogą przynieść firmie wymierne korzyści. Rozważmy trzy najważniejsze składowe odpowiedniej strategii:

l analiza firmy

l cele biznesu

l marketing

**Analiza biznesu – Analiza firmy**

Do przeanalizowania całej działalności firmy dobrze jest wykorzystać analizę ***SWOT***. Ta koncepcja pozwoli nam odkryć słabe oraz mocne strony (wiążące się raczej z wewnętrznymi procesami), ale także zagrożenia i szanse (dotyczące elementów zewnętrznych). W tym wypadku przyda nam się obiektywne na własny biznes. Warto także spojrzeć na:

l działania konkurencji

l jaka jest nasza wartość dodana

l jaka jest nasza misja

l co chcemy zaoferować innego od konkurencji naszym klientom

l co jest hamulcem dla naszego rozwoju

l jakie są elementy, które można byłoby usprawnić

l jakie są bariery na wejście bądź ekspansję na danym rynku

[**Outsourcing marketingu w całej Polsce TANIO i SKUTECZNIE**](http://www.zdalnymarketing.pl/)

**Cele biznesu – Cele firmy**

Ta kwestia wydaje się banalna, jednak wiele firm nie robi cyklicznych ewaluacji swoich celów, co hamuje rozwój biznesu. Na pomoc przychodzi znana dla praktyków zarządzania koncepcja ***SMART***, czyli nasz cel powinien być:

l **Specific** – określony, ściśle zdefiniowany, dokładnie doprecyzowany.

l **Measurable** – mierzalny – tutaj pomogą nam wskaźniki jakościowe oraz ilościowe,

l **Realistic** – realny do zrealizowania,

l **Time – bound** – określony w czasie – czas jest ramą, która pozwala domknąć cele i nadać tempa działaniom

**Marketing – Marketing firmy**

Po poprzednich punktach przechodzimy do meritum. ***Promocja i marketing*** to kolejna ważna kwestia, a jej forma zależy od wielu zmiennych oraz rodzaju biznesu i klienta docelowego. Inaczej będziemy podchodzić do małego zakładu szewskiego, inaczej do dużej firmy odzieżowej. Skuteczny marketing będzie jednak czerpał dużo z koncepcji marketingu **5P** – *promocji, produktu, cen, dystrybucji* oraz *samego klienta docelowego* (***Promotion, Product, Price, Place, People***). Biorąc pod uwagę te czynniki i poprzednie wnioski możemy ustalić konkretne działania – w jednym przypadku lepiej sprawdzą się **działania tradycyjne**, jak ulotki, a w innym **działania online** – social media, pozycjonowanie, linki sponsorowane, content marketing. Wszystko zależy od określenia naszego targetu i celów.

Na określenie naszej strategii wpływa szereg działań. Analiza SWOT, wyznaczanie celów metodą SMART mogą znacznie ułatwić określenie strategii marketingowej. Najważniejsze jednak jest spojrzenie krytycznym, obiektywnym okiem na całość biznesu.

**Zgłoś się do nas, nasze indywidualne podejście oraz doświadczenie znajdzie odzwierciedlenie w** [**Twojej strategii uszytej na miarę!**](http://www.zdalnymarketing.pl/wp/outsourcing-marketingu/)