SZIE Szarvasi Campusának kutatási és képzési profiljának specializálása intelligens szakosodással: mezőgazdasági vízgazdálkodás, hidrokultúrás növénytermesztés, alternatív szántóföldi növénytermesztés, ehhez kapcsolódó precíziós gépkezelés fejlesztése

EFOP-3.6.1-16-2016-0016

Oktatási segédanyag a

Vállalkozói ismeretek

tantárgyhoz (V__CVI_23AVN és V__CVI_23AVL)

Oktatók:

Dr. Bodnár Károly és Paraszt Márta

SZÉCHENYI 2020

Magyarország Kormánya

Európai Unió
Európai Szociális Alap

BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Mire jó a marketing?

SZIE Szarvasi Campusának kutatási és képzési profiljának specializálása intelligens szakosodással: mezőgazdasági vízgazdálkodás, hidrokultúrás növénytermesztés, alternatív szántóföldi növénytermesztés, ehhez kapcsolódó precíziós gépkezelés fejlesztése

SZÉCHENYI 2020
Magyarország Kormánya
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

A marketing jelentősége

- Az anyagi siker gyakran a marketingadottságokon múlik!
- A jó marketing az üzleti siker fontos tényezője!
  - hiába a zökkenőmentes vállalati funkciók „hada”, ha nincs kereslet a termék iránt ☺
- A professzionális marketing soha véget nem érő tevékenység!

- Változó világ, változó igények!

- „Ha nem változtatunk, meghalunk!”

SZIE Szarvasi Campusának kutatási és képzési profiljának specializálása intelligens szakosodással: mezőgazdasági vízgazdálkodás, hidrokultúrás növénytermesztés, alternatív szántóföldi növénytermesztés, ehhez kapcsolódó precíziós gépkezelés fejlesztése

SZÉCHENYI 2020
MAGYARORSZÁG KORMÁNYA
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

A marketing jelentősége

Nem a véletlen műve!!!!

Korszerű technikák, eszközök

Alapos tervezés és végrehajtás

Összetett dolog

SZIE Szarvasi Campusának kutatási és képzési profiljának specializálása intelligens szakosodással: mezőgazdasági vízgazdálkodás, hidrokultúrás növénytermesztés, alternatív szántóföldi növénytermesztés, ehhez kapcsolódó precíziós gépkezelés fejlesztése

SZÉCHENYI 2020
MAGYARORSZÁG KORMÁNYA
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

A marketing részterületei

Röviden:

- Emberi és társadalmi szükségletek felismerése és kielégítése
- Szükségletek jövedelmező kielégítése

- A marketing háromszintű értelmezése (szűk, tág, kiterjesztett)

- AMA: olyan szervezeti funkció és eljárás, mely a vásárlók számára értéket teremt, kommunikál és közvetít, valamint az ügyfélkapcsolatokat oly módon ápolja, hogy azok a szervezet és az érdekelt személyek számára egyaránt hasznot hajtsanak.

SZIE Szarvasi Campusának kutatási és képzési profiljának specializálása intelligens szakosodással: mezőgazdasági vízgazdálkodás, hidrokultúrás növénytermesztés, alternatív szántóföldi növénytermesztés, ehhez kapcsolódó precíziós gépkezelés fejlesztése

SZÉCHENYI 2020
Magyarország Kormánya
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

A marketing tárgya

- Termékek
- Szolgáltatások
- Események (sport, művészeti előadás stb.) → rendezvényszerző
- Élmények: számos termék és szolgáltatás összekapcsolása (celeb + koncert)
- Személyek (celebrity marketing) → PR ügynökség
- Helyek: turizmus vagy „vállalkozás-vonzás”
- Vagyontárgyak: ingatlan, gépjármű (OLX)
- Szervezetek: arculat kialakítása, önreklámozás (image)
- Információk (oktatás)
- Gondolatok, eszmék: Greenpeace

SZIE Szarvasi Campusának kutatási és képzési profiljának specializálása intelligens szakosodással: mezőgazdasági vízgazdálkodás, hidrokultúrás növénytermesztés, alternatív szántóföldi növénytermesztés, ehhez kapcsolódó precíziós gépkezelés fejlesztése

SZÉCHENYI 2020
Magyarország Kormánya
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

A piac –egyszerű marketingrendszer

Eladók (ágazat)

Termék/szolg.

Pénz

Vevők (piac)

SZIE Szarvasi Campusának kutatási és képzési profiljának specializálása intelligens szakosodással: mezőgazdasági vízgazdálkodás, hidrokultúrás növénytermesztés, alternatív szántóföldi növénytermesztés, ehhez kapcsolódó precíziós gépkezelés fejlesztése

SZÉCHENYI 2020
Magyarország Kormánya
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Változások

- Változó technológia

digitális forradalom → információs korszak

- Globalizáció

Könnyebben vásárolhatunk, vagy forgalmazhatunk külföldön

- Dereguláció, a verseny fokozása és a növekedés érdekében a legtöbb ország liberalizálta piacait

- Vevőpotenciál növekedése (összehasonlítás)

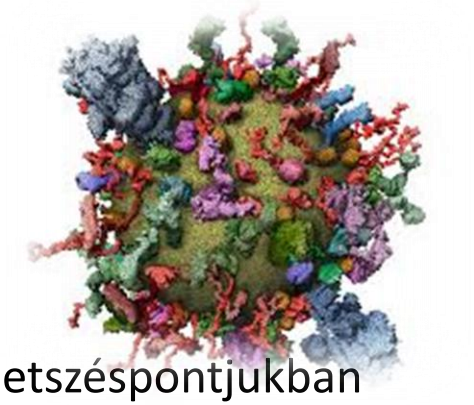
SZIE Szarvasi Campusának kutatási és képzési profiljának specializálása intelligens szakosodással: mezőgazdasági vízgazdálkodás, hidrokultúrás növénytermesztés, alternatív szántóföldi növénytermesztés, ehhez kapcsolódó precíziós gépkezelés fejlesztése

SZÉCHENYI 2020
Magyarország Kormánya
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Változások

- Testre szabás

Világhálón lehetővé válik



- Erősödő verseny (+ kereskedelmi márkák)

- Iparágak konvergenciája:
  - az egyes iparágak közötti határvonalak elmosódnak, metszéspontjukban új lehetőségek vannak

(vegyipar → gyógyszergyártás → kozmetikumok étrend kiegészítés)

- Kiskereskedelem átalakulása: „kategóriagyilkosok” hatása

SZIE Szarvasi Campusának kutatási és képzési profiljának specializálása intelligens szakosodással: mezőgazdasági vízgazdálkodás, hidrokultúrás növénytermesztés, alternatív szántóföldi növénytermesztés, ehhez kapcsolódó precíziós gépkezelés fejlesztése

SZÉCHENYI 2020
Magyarország Kormánya
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Változások

közvetítők kiiktatása

információgyűjtés

internet

fogyasztói részvétel (infoátadás)

Információ és értékesítési csatorna
Gyors és egyszerűbb kommunikáció
Szélesebb körű reklámozás
Differenciált termékek
Mobilmarketing
Gyorsabb külső-belső információáramlás

SZIE Szarvasi Campusának kutatási és képzési profiljának specializálása intelligens szakosodással: mezőgazdasági vízgazdálkodás, hidrokultúrás növénytermesztés, alternatív szántóföldi növénytermesztés, ehhez kapcsolódó precíziós gépkezelés fejlesztése

SZÉCHENYI 2020
Magyarország Kormánya
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

A vállalat piaci orientációja

- Marketingkoncepció: vevőközpontúság

Vadászat → kertészkedés

„érezz rá és reagálj” → reaktív piaci orientáció

„a vevők látens szükségleteire való összpontosítás”

→ proaktív marketingorientáció

- Holisztikus marketingkoncepció

SZIE Szarvasi Campusának kutatási és képzési profiljának specializálása intelligens szakosodással: mezőgazdasági vízgazdálkodás, hidrokultúrás növénytermesztés, alternatív szántóföldi növénytermesztés, ehhez kapcsolódó precíziós gépkezelés fejlesztése

SZÉCHENYI 2020
Magyarország Kormánya
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Holisztikus marketingkoncepció
Kapcsolatmarketing

- Célja: mély és tartós – kölcsönös elégedettséget biztosító - kapcsolat kialakítása mindazokkal (legfontosabb üzletfelekkel), akik hatással lehetnek a szervezet marketingtevékenységének sikerére, mely révén társadalmi, gazdasági és műszaki értéket hoz létre…nyereséget termel és fennmarad!

- Végeredménye: kapcsolathálózat

A vállalat és az azt támogató érintettekből áll, akikkel a vállalat kölcsönösen jövedelmező üzleti kapcsolatot épített ki. (business marketing!!)

SZIE Szarvasi Campusának kutatási és képzési profiljának specializálása intelligens szakosodással: mezőgazdasági vízgazdálkodás, hidrokultúrás növénytermesztés, alternatív szántóföldi növénytermesztés, ehhez kapcsolódó precíziós gépkezelés fejlesztése

SZÉCHENYI 2020
Magyarország Kormánya
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Holisztikus marketingkoncepció
Kapcsolatmarketing

Kívánatos csoportokkal való kapcsolat ápolása!

=ügyfélkapcsolat menedzsment

+

=üzleti partnerkapcsolat menedzsment

Négy kulcsfontosságú alkotóelem:

- Vevők
- Munkavállalók
- Marketingpartnerek (szállító, ügynök, forgalmazó)
- Pénzügyi közösség tagjai (részvényes, befektető)

SZIE Szarvasi Campusának kutatási és képzési profiljának specializálása intelligens szakosodással: mezőgazdasági vízgazdálkodás, hidrokultúrás növénytermesztés, alternatív szántóföldi növénytermesztés, ehhez kapcsolódó precíziós gépkezelés fejlesztése

SZÉCHENYI 2020
MAGYARORSZÁG KORMÁNYA
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Holisztikus marketingkoncepció

Integrált marketing

- A marketingszakember feladata, olyan integrált marketingprogramok kidolgozása, melyek értéket közvetítenek a vevő számára.

- Marketingprogram értéknövelő marketingtevékenységből áll, melyeknek sok formája lehetséges.

- Marketingmixen keresztül is be-mutatható

SZÉCHENYI 2020
Magyarország Kormánya
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Holisztikus marketingkoncepció

Integrált marketing

- Azon eszközök, melyeket a marketingcélok elérése érdekében használ a vállalat!

Eladó 4 P – je	Vevő 4 C - je
Termék	Megoldás/érték
Ár	Költség
Értékesítés	Kényelem
promóció	Kommunikáció

SZIE Szarvasi Campusának kutatási és képzési profiljának specializálása intelligens szakosodással: mezőgazdasági vízgazdálkodás, hidrokultúrás növénytermesztés, alternatív szántóföldi növénytermesztés, ehhez kapcsolódó precíziós gépkezelés fejlesztése

Magyarország Kormánya
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Holisztikus marketingkoncepció

Társadalmi felelősségre épülő marketing

- A marketing a társadalom egészére hat.
- Érzékenyen viszonyul a szélesebb rétegeket érintő problémákhoz
  - Etnikai, környezetvédelmi, jogi és társadalmi

- A szervezet feladata az, hogy meghatározza a célpiacok szükségleteit, igényeit és ezeket a versenytársakénál hatékonyabban elégítse ki oly módon, hogy megőrzi vagy növeli a fogyasztó, a társadalom jólétét!

SZIE Szarvasi Campusának kutatási és képzési profiljának specializálása intelligens szakosodással: mezőgazdasági vízgazdálkodás, hidrokultúrás növénytermesztés, alternatív szántóföldi növénytermesztés, ehhez kapcsolódó precíziós gépkezelés fejlesztése

SZÉCHENYI 2020
Magyarország Kormánya
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Holisztikus marketingkoncepció

Társadalmi felelősségre épülő marketing

Olyan lehetőség, mellyel

- Erősítheti jó hírnevét
- Fokozhatja a márkahűséget
- Növelheti a forgalmat
- Javíthatja a sajtóvisszhangot!

SZIE Szarvasi Campusának kutatási és képzési profiljának specializálása intelligens szakosodással: mezőgazdasági vízgazdálkodás, hidrokultúrás növénytermesztés, alternatív szántóföldi növénytermesztés, ehhez kapcsolódó precíziós gépkezelés fejlesztése

SZÉCHENYI 2020
MAGYARORSZÁG KORMÁNYA
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Vállalati stratégiai tervezés

A működés keretei:
Küldetés (cél)

szervezeti politika, felépítés és kultúra

stratégia

Vállalatvezetés tervezési feladatai:

1. Küldetés megfogalmazása
2. Stratégiai üzletágak (divíziók) létrehozása
3. Erőforrások elosztása az egyes üzletágak között
4. Növekedési lehetőségek felmérése

SZIE Szarvasi Campusának kutatási és képzési profiljának specializálása intelligens szakosodással: mezőgazdasági vízgazdálkodás, hidrokultúrás növénytermesztés, alternatív szántóföldi növénytermesztés, ehhez kapcsolódó precíziós gépkezelés fejlesztése

SZÉCHENYI 2020
MAGYARORSZÁG KORMÁNYA
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

1. A küldetés megfogalmazása

- Jövőkép, cél, irány 10-20 évre
- A következő kérdésekre kell választ adni:
  - Mi a vállalkozás tartalma?
  - Milyenné fog válni a vállalkozás?
  - Kik a fogyasztók? Mi számukra az érték?

Újra és újra átgondolt kérdések!

Újrafogalmazás!

A jól megfogalmazott küldetés jellemzője:

- Korlátozott célra összpontosít (koncentrált)
- A vállalat fő irányvonalait jelöli (röviden)
- Kijelöli a működési teret
- Hosszú távú

SZIE Szarvasi Campusának kutatási és képzési profiljának specializálása intelligens szakosodással: mezőgazdasági vízgazdálkodás, hidrokultúrás növénytermesztés, alternatív szántóföldi növénytermesztés, ehhez kapcsolódó precíziós gépkezelés fejlesztése

SZÉCHENYI 2020
Magyarország Kormánya
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

1. A küldetés megfogalmazása

- Ágazati/iparági kör
- Termék- és felhasználási kör
  - Mit és mire?
- Kompetenciakör
  - Mivel? Mi alapján?
- Piaci szegmentumok köre
  - Kinek?
- Vertikális kör
  - Kikkel?
- Földrajzi kör
  - Hol?

KÜLDETÉS ELFOGADVA

SZIE Szarvasi Campusának kutatási és képzési profiljának specializálása intelligens szakosodással: mezőgazdasági vízgazdálkodás, hidrokultúrás növénytermesztés, alternatív szántóföldi növénytermesztés, ehhez kapcsolódó precíziós gépkezelés fejlesztése

SZÉCHENYI 2020
MAGYARORSZÁG KORMÁNYA
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

2. A stratégiai üzletágak meghatározása

Gyakran: Termék = üzletág

- Pl. ruhaipar, autóipar/üzletág

Levitt:

„Az üzletágak meghatározása magasabb rendű, mint a termék szint!”

- Termékek helyett szükségletek alapján definiálni!
- Termék mulandó, azonban a szükséglet örök.

Pl. a coca-cola:

- célpiaci meghatározás-aki iszik colát, ekkor a versenytárs más kólagyártó
- stratégiai piaci meghatározás: aki a szomját oltja, akkor a rivális, bármely más üdítő gyártó

SZIE Szarvasi Campusának kutatási és képzési profiljának specializálása intelligens szakosodással: mezőgazdasági vízgazdálkodás, hidrokultúrás növénytermesztés, alternatív szántóföldi növénytermesztés, ehhez kapcsolódó precíziós gépkezelés fejlesztése

SZÉCHENYI 2020
MAGYARORSZÁG KORMÁNYA
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

3. A növekedési lehetőségek felmérése

Intenzív növekedés

- Lehetséges-e a meglévő üzletágak fejlesztése?

Ansoff termék/piac expanziós mátrix

- Van-e lehetőség a jelenlegi termékekkel jelenlegi piacokon a részesedést növelni?
- Miként lehet a meglévő termékekhez új piacokat találni?
- Vagy a jelenlegi piacok számára értékes terméket kínálni?
- Vagy teljes változtatás?

SZIE Szarvasi Campusának kutatási és képzési profiljának specializálása intelligens szakosodással: mezőgazdasági vízgazdálkodás, hidrokultúrás növénytermesztés, alternatív szántóföldi növénytermesztés, ehhez kapcsolódó precíziós gépkezelés fejlesztése

SZÉCHENYI 2020
Magyarország Kormánya
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

3. A növekedési lehetőségek felmérése

- Integráló növekedés
  - Hátra vagy előre irányuló, illetve horizontális integráció is javíthatja a nyereséget és a forgalmat (kereskedelmi márkák, kisker-egyesülések stb.)

- Karcsúsítás és régebbi üzletágak visszafejlesztése
  - Erőforrások felszabadítása
  - Költségek csökkentése
  - Nagy odafigyelést igényelnek, energia a megmentésre

SZIE Szarvasi Campusának kutatási és képzési profiljának specializálása intelligens szakosodással: mezőgazdasági vízgazdálkodás, hidrokultúrás növénytermesztés, alternatív szántóföldi növénytermesztés, ehhez kapcsolódó precíziós gépkezelés fejlesztése

SZÉCHENYI 2020
MAGYARORSZÁG KORMÁNYA
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

3. A növekedési lehetőségek felmérése

Diverzifikációs növekedés

- Már meglévő iparágon kívüli iparágban kedvező lehetőség, és a cég rendelkezik a sikerhez szükséges üzleti mix-szel, pl. Walt-Disney Company

- Koncentrikus stratégia
  - Meglévő termékvonal, de más fogyasztói kör
  - Pl. nyomógombos és érintőképernyős telefon
- Horizontális stratégia
  - Jelenlegi vevők fogyasztanák, más technológiai folyamat, nem kapcsolódik a jelenlegi termékvonalhoz
  - Pl. telefonhoz tok
- Konglomerátumszerű stratégia
  - Sem a piachoz, sem a technológiához, sem

SZÉCHENYI 2020
Magyarország Kormánya
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Szervezet és szervezeti kultúra

A stratégiai tervezés szervezeten belül zajlik!

felépítés

politika

kultúra

A szervezetre jellemző közös meggyőződések és normák összessége! (öltözködés, beszédstílus, hangulat stb.)

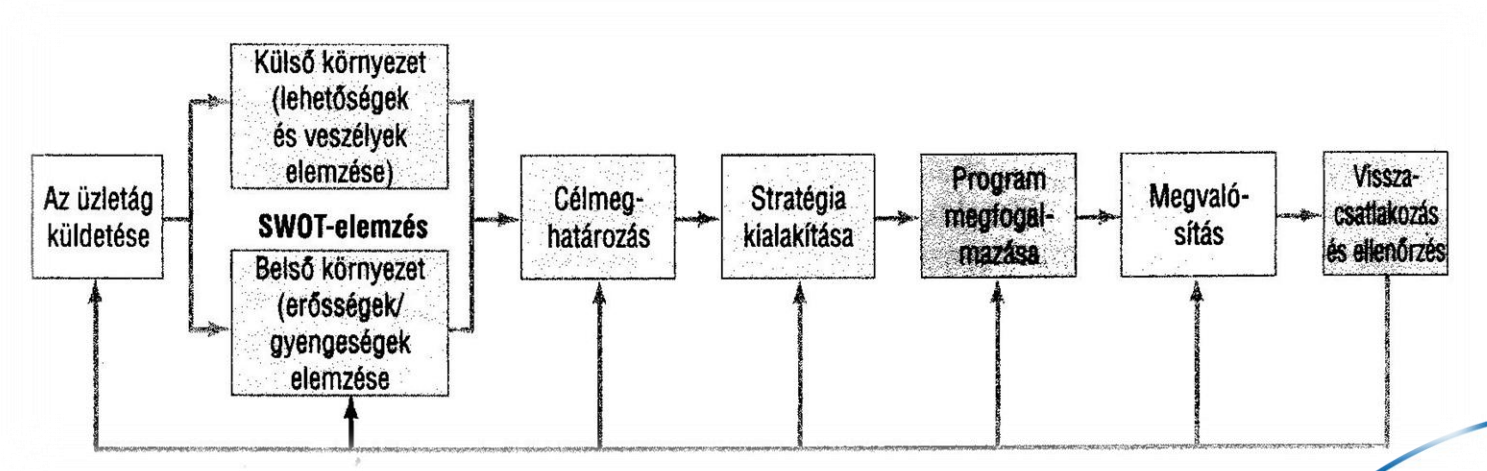
Nehéz megváltoztatni!!!

SZIE Szarvasi Campusának kutatási és képzési profiljának specializálása intelligens szakosodással: mezőgazdasági vízgazdálkodás, hidrokultúrás növénytermesztés, alternatív szántóföldi növénytermesztés, ehhez kapcsolódó precíziós gépkezelés fejlesztése

SZÉCHENYI 2020
Magyarország Kormánya
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Üzletági stratégiai tervezés

- Az egyes vállalati üzletágaknak a tágabb vállalati küldetésen belül kell megfogalmazniuk saját küldetésüket.
- Üzletági stratégiai tervezés folyamata:



SZIE Szarvasi Campusának kutatási és képzési profiljának specializálása intelligens szakosodással: mezőgazdasági vízgazdálkodás, hidrokultúrás növénytermesztés, alternatív szántóföldi növénytermesztés, ehhez kapcsolódó precíziós gépkezelés fejlesztése

SZÉCHENYI 2020
Magyarország Kormánya
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Üzletági stratégiai tervezés
SWOT/GYELV elemzés

- Külső környezet (lehetőségek, veszélyek)
  - Fő célja a lehetőségek feltárása
  - Jövedelmezőséget alakító makro tényezők és mikropiaci szereplők nyomon követése
  - Marketinglehetőségek: a vevőigények olyan területei, melyeket nagy valószínűséggel képes jövedelmezően kielégíteni a cég

→ piaci-lehetőség elemzés ⇔ vonzerő
siker valószínűsége

SZIE Szarvasi Campusának kutatási és képzési profiljának specializálása intelligens szakosodással: mezőgazdasági vízgazdálkodás, hidrokultúrás növénytermesztés, alternatív szántóföldi növénytermesztés, ehhez kapcsolódó precíziós gépkezelés fejlesztése

SZÉCHENYI 2020
MAGYARORSZÁG KORMÁNYA
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Üzletági stratégiai tervezés
SWOT/GYELV elemzés

Piaci lehetőségek 3 fő forrása:

- Olyat kínálni, amiből kevés van
  - Az igény nyilvánvaló
- Meglévő terméket jobb minőségben
  - Problémafeltáró módszer: fogyasztó
  - Ideális változat módszer: fogyasztó
  - Fogyasztási lánc módszer: termék megszerzése, használata, utólagos hasznosítása
- Teljesen új termék (innováció, kis részarányú)

SZIE Szarvasi Campusának kutatási és képzési profiljának specializálása intelligens szakosodással: mezőgazdasági vízgazdálkodás, hidrokultúrás növénytermesztés, alternatív szántóföldi növénytermesztés, ehhez kapcsolódó precíziós gépkezelés fejlesztése

SZÉCHENYI 2020
MAGYARORSZÁG KORMÁNYA
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Üzletági stratégiai tervezés
SWOT elemzés

- Környezeti veszély: kedvezőtlen trend vagy fejlemény által támasztott kihívás, mely a megfelelő lépések hiányában alacsonyabb forgalomhoz vagy nyereséghez vezethet.

- Belső környezet (erősségek, gyengeségek)
- Csak azokkal a lehetőségekkel foglalkozni, melyekhez a szükséges erősséggel rendelkezik?

SZÉCHENYI 2020
Magyarország Kormánya
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Üzletági stratégiai tervezés

Célmeghatározás

- SWOT elemzés

- A célok megfogalmazása, melyek irányítani fogják tevékenységüket (MBO, manages by objectives)

- Követelmények:
  - Hierarchikusan sorrendben rendezettek legyenek
  - Célok legyenek számszerűsítve
  - Reálisak legyenek
  - Konzisztensek legyenek

SZIE Szarvasi Campusának kutatási és képzési profiljának specializálása intelligens szakosodással: mezőgazdasági vízgazdálkodás, hidrokultúrás növénytermesztés, alternatív szántóföldi növénytermesztés, ehhez kapcsolódó precíziós gépkezelés fejlesztése

SZÉCHENYI 2020
Magyarország Kormánya
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Üzletági stratégiai tervezés
Stratégia kialakítása

- Cél: jelzi az üzletág törekvését
- Stratégia: a célhoz vezető út
- *Porter generikus stratégiái*
  - Átfogó költségtakarékosság
    - Alacsony költség, alacsony ár, nagy piacrészesedés
    - …..és a többiek?
  - Differenciálás
    - A vevők széles skálája számára lényeges területen kiemelkedő teljesítmény (pl. jó minőség egy adott területen - utazás)
  - Összpontosítás (szeglet stratégia)
    - Egy vagy több szűk piaci szegmentum esetén megvalósítani az előző két stratégiát

SZIE Szarvasi Campusának kutatási és képzési profiljának specializálása intelligens szakosodással: mezőgazdasági vízgazdálkodás, hidrokultúrás növénytermesztés, alternatív szántóföldi növénytermesztés, ehhez kapcsolódó precíziós gépkezelés fejlesztése

SZÉCHENYI 2020
Magyarország Kormánya
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Üzletági stratégiai tervezés

Stratégia kialakítása

- Stratégiai szövetségek
  - Olyan partnerek, melyek kiegészítik erősségeiket és ellensúlyozzák gyengeségeiket!

Partnerség létrehozása és menedzselése alapvető készség → partnerségi kapcsolatmenedzsment

- Termék vagy szolgáltatás szövetségek
  - Kiegészítő termék, közös termék, egyik a más
- Promóciós szövetségek
  - Egyik a másik promócióját (Walt Disney, McDonald's)
- Logisztikai szövetségek
- Árpolitikai együttműködések
  - (szálloda és autókölcsönző)

SZÉCHENYI 2020
Magyarország Kormánya
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Üzletági stratégiai tervezés
A program kidolgozása és megvalósítása

- Támogató programok kidolgozása
- Költségek becslése
- Érdekeltek „szem előtt tartása”
  - részvényesek

érdekeltek

- vevő
- munkavállaló
- szállító

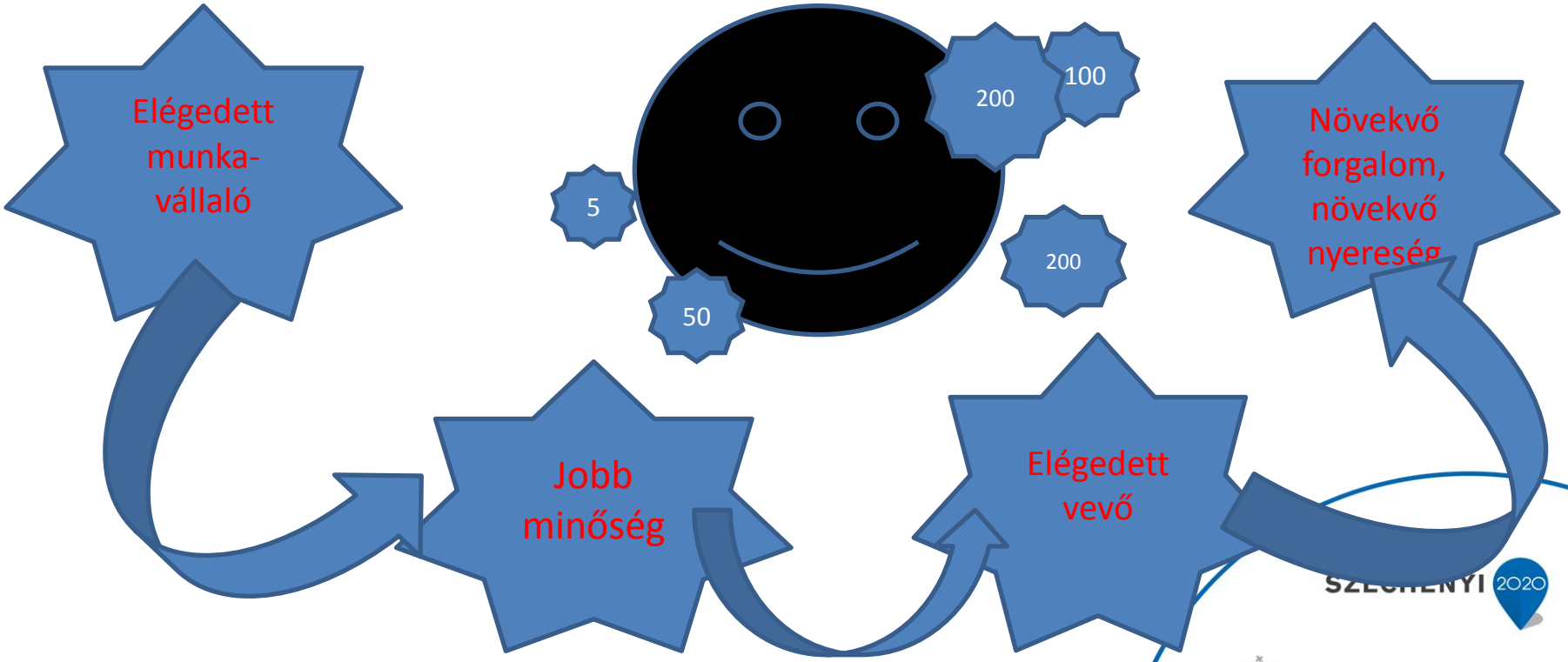
SZIE Szarvasi Campusának kutatási és képzési profiljának specializálása intelligens szakosodással: mezőgazdasági vízgazdálkodás, hidrokultúrás növénytermesztés, alternatív szántóföldi növénytermesztés, ehhez kapcsolódó precíziós gépkezelés fejlesztése

SZÉCHENYI 2020
MAGYARORSZÁG KORMÁNYA
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Üzletági stratégiai tervezés

A program kidolgozása és megvalósítása

„angyali kör”



SZIE Szarvasi Campusának kutatási és képzési profiljának specializálása intelligens szakosodással: mezőgazdasági vízgazdálkodás, hidrokultúrás növénytermesztés, alternatív szántóföldi növénytermesztés, ehhez kapcsolódó precíziós gépkezelés fejlesztése

SZÉCHENYI 2020
Magyarország Kormánya
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Marketingterv

- Marketingmenedzserek un. marketingfolyamatot követnek.

- Marketingfolyamat végterméke a marketingterv!
  - Felsőbb szintű tervekkel összhangban
  - Termékre, márkára, fogyasztói csoportra…..
  - Taktikai iránymutatás
  - Versenytárs orientált
  - Kb. 1 éves időszakra szól
  - Hossza, részletezettsége változó
  - Írásos dokumentum, mely összefoglalja a piacra vonatkozó ismereteket és megmutatja miként kívánják a kívánt célt elérni!

SZIE Szarvasi Campusának kutatási és képzési profiljának specializálása intelligens szakosodással: mezőgazdasági vízgazdálkodás, hidrokultúrás növénytermesztés, alternatív szántóföldi növénytermesztés, ehhez kapcsolódó precíziós gépkezelés fejlesztése

SZÉCHENYI 2020
Magyarország Kormánya
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Marketingterv tartalma

- Vezetői összefoglaló és tartalomjegyzék
  - Átláthatóvá válik a terv lényege
- Helyzetelemzés
  - Háttér információk (mikro és makro környezet, belső helyzet)
- Marketingstratégia
  - Küldetés
  - Marketing és pénzügyi célok
  - Célcsoportok
  - Pozíció
- Pénzügyi előrejelzés
  - Értékesítési és költség előrejelzés, fedezetszámítás
- A megvalósítás ellenőrzése

SZIE Szarvasi Campusának kutatási és képzési profiljának specializálása intelligens szakosodással: mezőgazdasági vízgazdálkodás, hidrokultúrás növénytermesztés, alternatív szántóföldi növénytermesztés, ehhez kapcsolódó precíziós gépkezelés fejlesztése

SZÉCHENYI 2020
Magyarország Kormánya
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Köszönöm a figyelmet!

SZÉCHENYI 2020

Európai Unió
Európai Szociális Alap

MAGYARORSZÁG KORMÁNYA

BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

SZIE Szarvasi Campusának kutatási és képzési profiljának specializálása intelligens szakosodással: mezőgazdasági vízgazdálkodás, hidrokultúrás növénytermesztés, alternatív szántóföldi növénytermesztés, ehhez kapcsolódó precíziós gépkezelés fejlesztése