



Маркетинг отыгрывает ключевую роль в нескольких областях стратегического планирования компании.

Во-первых, обеспечивает руководящие методологические принципы – маркетинговую концепцию, которая предусматривает ориентацию стратегии компании на needs наиболее важных групп потребителей.

Во-вторых, маркетинг даёт исходящие данные для разработчиков стратегического плана, помогая обнаружить привлекательные возможности рынка и позволяя оценить потенциал фирмы.

Целью маркетинга не всегда есть обеспечение роста продаж. Служба маркетинга должна поддерживать спрос на уровне, определённом в стратегических планах высшего руководства. Покупателей притягивают обещания, а удерживает исполнение этих обещаний. Служба маркетинга формулирует это обещание и обеспечивает его исполнение. Все функциональные подразделения должны работать слаженно, чтобы добиться удовлетворения покупателя и заслужить его наивысшую оценку.

Формирование наивысшей потребительской ценности есть на самом деле целью всей компании, а не отдельного её подразделения.