Маркетинг відіграє ключову роль в кількох областях стратегічного планування компанії.

По-перше, забезпечує керівні методологічні принципи – маркетингову концепцію, котра передбачає орієнтацію стратегії компанії на потреби найважливіших груп споживачів.

По-друге, маркетинг надає вихідні дані для розробників стратегічного плану, допомагаючи виявити привабливі можливості ринку і дозволяючи оцінити потенціал фірми.

Ціллю маркетингу не завжди є забезпечення росту продаж. Служба маркетингу повинна підтримувати попит на рівні, визначеному в стратегічних планах вищого керівництва. Покупців приваблюють обіцянки, а втримують виконання цих обіцянок. Служба маркетингу формулює цю обіцянку і забезпечує її виконання. Всі функціональні підрозділи повинні працювати злагоджено, щоб добитись задоволення покупця і заслужити його найвищу оцінку.

Формування найвищої споживчої цінності є насправді ціллю всієї компанії, а не окремого її підрозділу.

Наші маркетингові дослідження можна переглянути тут:

Маркетнигові дослідження ринку поштових і кур"єрських послуг по результатах 2011 - I

півріччя 2012