



KREATYWNIE  
W PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ

# Marketing w mojej firmie



KAPITAŁ LUDZKI  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

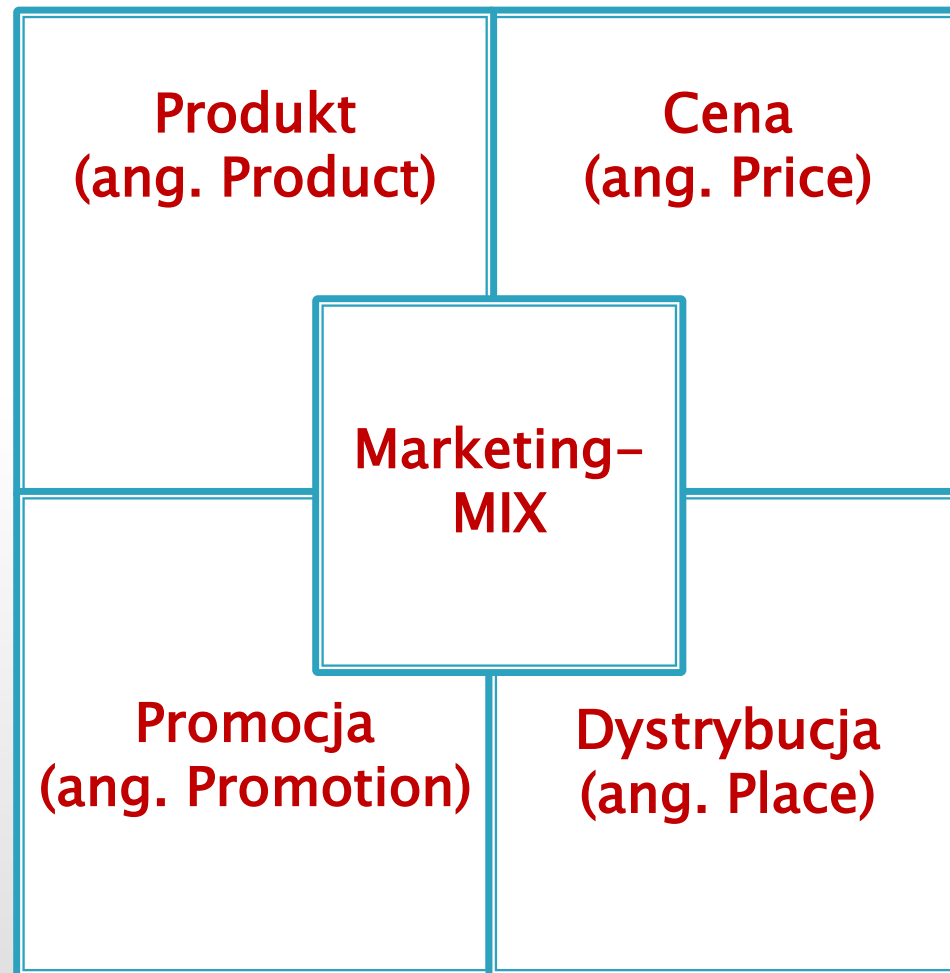
# Marketing

DEFINICJE



Zespół działań przedsiębiorstwa, których celem jest zainteresowanie klienta produktem lub usługą i skłonienie go do zakupu towaru.

# Koncepcja marketing-mix (4 x P)



# Marketing MIX

DEFINICJE



**Produkt** – najważniejszy z czynników marketingu mix (bez niego inne działania tracą sens).

Według Ph. Kotlera: *coś, co może znaleźć się na rynku, zyskać uwagę, zostać nabyte, użyte lub skonsumowane, zaspokajać czyjeś pragnienie lub potrzebę.*

# Marketing MIX

DEFINICJE



**Cena** – wyrażona w pieniądzu relacja między dwoma towarami.

**Promocja** – ma na celu poinformowanie klientów o tym, że na rynku istnieje dany produkt.

**Dystrybucja** – proces planowania, organizowania, kontrolowania, dostarczania produktów na rynek.

# Rozszerzona formuła 7P dla usług



O kolejne 3P:

**Ludzie (ang. People)** – personel obsługujący, nabywca

**Proces (ang. Process)** – całkowity proces świadczenia usługi od informacji poprzez sprzedaż aż do obsługi posprzedażowej.

**Świadectwo materialne (ang. Physical evidence)** – całość elementów, świadczących o jakości świadczonych usług, np. logo firmy, budynki, wyposażenie wewnątrz budynków.

## Źródła:

- K. Garbacik, M. Żmiejko, *Przedsiębiorczość na czasie*, Wydawnictwo szkolne PWN, Warszawa – Łódź 2012
- S. Gregorczyk, M. Romanowska, A. Sopińska, P. Wachowiak, *Przedsiębiorczość bez tajemnic*, WSiP, Warszawa 2002, 2007