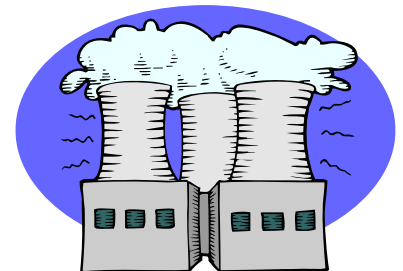
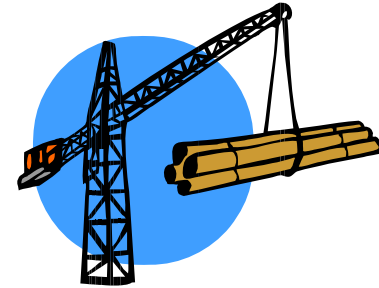


Marketing przemysłowy

Podstawowe pojęcia



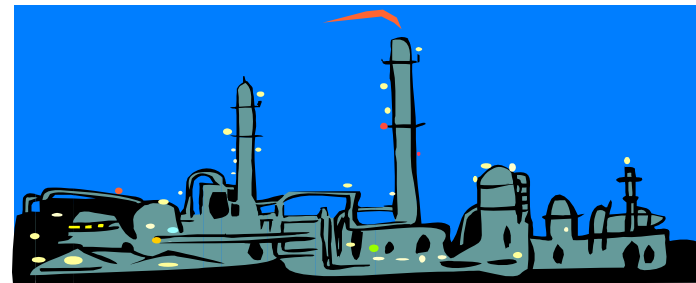
Podstawowe definicje



- Marketing przemysłowy (Business-to-Business Marketing) to działalność gospodarcza, która ułatwia proces wymiany pomiędzy producentami a klientami instytucjonalnymi
- Marketing przemysłowy to marketing produktów i usług nabywanych przez przedsiębiorstwa, instytucje i jednostki administracji publicznej w celu ich bezpośredniego lub pośredniego wykorzystania do wytworzenia innych dóbr i usług

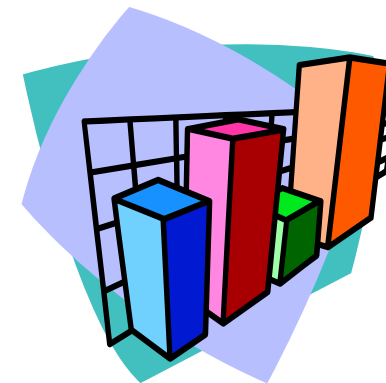
Zarządzanie marketingiem przemysłowym -

stanowi analizę, planowanie, podejmowanie decyzji, realizację i kontrolę programów ukierunkowanych na kreowanie, budowanie i podtrzymywanie obopólnie korzystnej (dla kupujących i sprzedających) wymiany i relacji z docelowym rynkiem.



Podstawowe różnice między marketingiem dóbr inwestycyjnych a konsumpcyjnych obejmują sześć obszarów:

- charakterystyka rynku
- charakter nabywców
- właściwości produktów
- cechy kanałów dystrybucji
- właściwości promocji
- kształtowanie cen



Trzy płaszczyzny marketingu

Marketing jako filozofia przedsiębiorstwa

Marketing jako organizacja i metoda

Marketing jako instrument

ZARZĄDZANIE MARKETINGOWE

