



Vybrané tržní strategie

Ing. František Řezáč, Ph.D.
Masarykova univerzita

Vybrané tržní strategie

□ Strategie růstu:

- pronikání na trh (penetrace),
- růst trhu,
- vývoj produktu,
- diverzifikace.

Blíže viz MŘKP s. 75 - 76

Vybrané tržní strategie

- ❑ Strategie získání konkurenční výhody (generické konkurenční strategie):
 - strategie cílená (focus, tržní mezery),
 - strategie nákladová (minimálních nákladů),
 - strategie diferenciacce produktu.

Blíže viz MŘKP s. 77 - 78

Vybrané tržní strategie

- ❑ Strategie tržní pozice a podílu na pojistném trhu:
 - strategie tržního vůdce,
 - strategie tržního vyzyvatele,
 - strategie tržního následovatele,
 - strategie obsazování tržních mezer (výklenků).

Blíže viz MŘKP s. 79 - 80

Vybrané tržní strategie

- ❑ Strategie diferencovaného přístupu k vybraným subjektům:
 - strategie konkurenčně zaměřené,
 - strategie zaměřené na zprostředkovatele,
 - strategie na mladých trzích,
 - strategie na stagnujících a smršťujících se trzích,
 - strategie na trzích služeb,
 - strategie ochrany životního prostředí.

Blíže viz MŘKP s. 80 - 84

Vybrané tržní strategie

- ❑ Strategie uplatňované prostřednictvím marketingového mixu:
 - produktové strategie,
 - cenové strategie,
 - distribuční strategie,
 - reklamní a propagační strategie,
 - komunikační strategie.

Blíže viz MŘKP s. 84 - 88