

Není marketing jako marketing, bohužel...

Londýn 25. 10. 2008, 17:51

Začal bych ale trochu jinak. Mnoho lidí stále pojem marketing vnímá jinak, než ve skutečnosti znamená. Proto si nemohu odpustit malý exkurz do částečně encyklopedického výkladu. Částečně proto, že se bude jednat o vlastní pohled na problematiku marketingu.

Marketing v pojetí procesního řízení by měl představovat mozek celého organismu, tedy firmy. Jednak v něm vznikají nové nápady a jednak ty nápady koordinuje tak aby byly realizovány. Převedeme-li toto do trochu reálnější podoby, pak marketing je jeden z firemních procesů, který je klíčový pro chod a i rozvoj firmy. Marketing není jen pouhý soubor činnosti označované za PR, reklamu a jiné. Toto jsou jen dílčí prvky celého marketingu, odborněji nazývaného marketingový mix.

Marketing = marketingový mix sestává z několika prvků. Často označovaných jako 4P (Product, Price, Promotion, Place). Samozřejmě je toto trochu zjednodušené pojetí, každá firma těch prvků má víc a upřesnil bych to následně. Marketing bych rozdělil na dvě větve. Jedna je směřující ven z firmy (to jsou zmíněné 4P a u služeb bych mohl přidat další 2P Programming a Packaging) a druhá je směřující dovnitř firmy, kde jsou prvky: People, Proces, Physican evidence). Celkem bychom tedy mohli napočítat 9 prvků, které marketingový mix na strategické úrovni může obsahovat.

Jinými slovy marketing je klíčový skrze celou společnost a je to "střechou" celé firmy. Je tedy zřejmé, že vnímat marketing jako inzerci, či reklamu je nevhodné. Marketingový manažer či specialista má být klíčovou osobou a nikoli člověk, který zadává inzerci. A taktéž oddělení marketingu nemá být oddělení, které se zabývá reklamou. Marketing jako klíčový proces by měl být řízen na úrovni ředitele nebo generálního ředitele. Tímto bych chtěl apelovat na mnoho HR manažerů, kteří mylně uvádějí pozice a názvy oddělení ve vztahu s marketingem, přitom se v drtivé většině jedná o pozice zaměřené na reklamu - tedy specialista inzerce, manažer propagace a reklamní oddělení. I tak to není úplně přesné, ale více přesnější, než za použití slova marketing.

Ing. Jiří Rotschedl

