

DESET SMRTNIH GREHOVA U MARKETINGU

1. Kompanija nije dovoljno usredsređena na tržište i okrenuta kupcima.
2. Kompanija u potpunosti ne prepoznaje svoju ciljnu grupu.
3. Kompanija nedovoljno poznaje svoje konkurente i ne prati njihov rad.
4. Kompanija ne upravlja dobro odnosima sa svim zainteresovanim stranama.
5. Kompanija nije sposobna i vešta u iznalaženju novih prilika.
6. Proces marketinškog planiranja kompanije nije adekvatan i primeren uslovima.
7. Politike proizvoda i usluga kompanije nisu dovoljno pooštrene.
8. Napori i umeća koje kompanija ulaže u izgradnju identiteta marke i marketing komunikaciju nisu delotvorni.
9. Kompanija nije dovoljno dobro organizovana da sprovodi efikasan i efektivan marketing.
10. Kompanija nedovoljno primenjuje dostignuća savremene tehnologije.