



# LATERALNI MARKETING

**Filip Kotler**  
**Fernando Trias de Bes**

“U hiperkonkurentnom okruženju, tržište postaje hipersegmentirano a uobičajeno vertikalno razmišljanje koje rešenja traži u segmentaciji je na svom zalasku.

Lateralno razmišljanje može da dopuni tradicionalni marketinški pristup alternativnim načinima za generisanje novih ideja. Dok nam razmišljanje po vertikali pomaže da otkrijemo neverovatno male podgrupe potrošača za koje se proizvod razvija, lateralni pristup nam omogućava da razvijemo potpuno novi proizvod koji će imati mnogo širu publiku.

Lateralni pristup upućuje i na novi način reklamiranja već postojećih proizvoda, kao na primer promovisanje Bajerovog aspirina kao preventivu od srčanog udara.

Novi marketing koncepti su pre rezultat kreativnog procesa nego beskonačne vertikalne segmentacije.”