

HENRIKKI TIKKANEN – JOHANNA FRÖSÉN

STRATMARK II:

STRATEGISEN MARKKINOINNIN
TEHO JA TULOKSET

TALENTUM
Helsinki 2011

Copyright © Talentum Media Oy ja tekijät
Kustantaja: Talentum Media Oy
Kansi: Outi Pallari
Taitto: NotePad

ISBN 978-952-14-1672-9
ISBN 978-952-14-1673-6 (sähkökirja)

Kariston Kirjapaino Oy
Hämeenlinna 2011

Sisällys

| | |
|--|----|
| JOHDANTO | 7 |
| 1 SUOMALAINEN LIIKETOIMINTAYMPÄRISTÖ JA KAUPALLISTAMISOSAAMINEN | 13 |
| 1.1 Suomen talouden kehitys ja erityispiirteet.. | 14 |
| 1.2 Suomalaisen kilpailuedun lähteet | 19 |
| 1.3 Suomalaisia menestystarinoita | 23 |
| 1.4 Suhdannevaihteluista | 26 |
| 2 LIIKETOIMINTAFILOSOFIAT JA STRATEGINEN MARKKINOINTI | 31 |
| 2.1 Strategisten orientaatioiden kehitys | 32 |
| 2.2 Markkinaorientaatio suomalaisyrityksissä.. | 41 |
| 2.3 Strategisen markkinoinnin tehtäväkenttä .. | 48 |
| 2.4 Markkinaorientaatio ja liiketoimintaprosessit | 51 |
| 2.5 Markkinaorientaatio ja innovointikyvykyys | 57 |
| 3 MARKKINOINNIN ROOLI SUOMALAISSYRITYKSISSÄ | 61 |
| 3.1 Liikkeenjohdon haasteet ja kilpailukeinot .. | 62 |
| 3.2 Markkinointi ja muut toiminnot | 68 |
| 3.3 Markkinointi ja kassavirrat | 72 |
| 3.4 Panostaminen markkinointiin | 76 |

| | | |
|-----|---|-----|
| 4 | MARKKINOINNIN VAIKUTTAVUUS JA TULOKSELLISUUS..... | 79 |
| 4.1 | Mistä markkinoinnin vaikuttavuus muodostuu? | 79 |
| 4.2 | Markkinoinnin tuloksellisuuden seuranta.. | 87 |
| 4.3 | Markkinoinnin mittarit | 92 |
| 4.4 | Mittauskäytännöt suomalaisyrityksissä | 96 |
| 4.5 | Mittaamisen suhde liiketoiminnan tuloksellisuuteen..... | 100 |
| 5 | TULEVAISUUDEN STRATEGINEN MARKKINOINTIOSAAMINEN | 109 |
| 5.1 | Suomalaisen markkinoinnin keskeisimmät kehityskohteet..... | 109 |
| 5.2 | Markkinoinnin trendeistä | 115 |
| 5.3 | Tulevaisuuden markkinointiosaaminen.... | 116 |
| 6 | STRATMARK-MANIFESTI | 119 |
| 6.1 | Suomi tarvitsee markkinointia | 120 |
| 6.2 | Liiketoiminta asiakaskeskeiseksi | 120 |
| 6.3 | Markkinointi on ylimmän johdon tärkein tehtävä | 120 |
| 6.4 | Strategista markkinointia ei voi ostaa..... | 121 |
| 6.5 | Markkinointi ei ole voiton maksimoijien etuoikeus | 121 |
| 6.6 | Tulos ratkaisee..... | 122 |
| | MÄÄRITELMÄT | 123 |
| | LÄHTEET | 141 |
| | KYSELYLOMAKE..... | 153 |