

## Streszczenie

### **UŻYCIE KRYTERIÓW WIELOKROTNEJ DYCHOTOMIZACJI DLA OPACOWANIA STRATEGII MARKETINGOWYCH**

Wszystkie zmiany w otoczeniu wewnętrznym i zewnętrznym przedsiębiorstwa wpływają na jego funkcjonowanie, a więc, jako że kluczowym czynnikiem sukcesu przedsiębiorstwa są jego klienci, również zmiany w ich zachowaniu (takie jak zmiany w potrzebach, preferencjach czy oczekiwaniach). Zmiany te powinny być ciągle monitorowane i brane pod uwagę podczas tworzenia strategii marketingowej. W trakcie wszystkich faz formułowania strategii marketingowej występuje potrzeba dogłębnego zrozumienia konsumenta. Bez wiedzy o czynnikach wpływających na konsumenta przygotowane strategii marketingowej jest praktycznie niemożliwe. Dopasowywanie się do oczekiwań i potrzeb konsumentów oznacza wybór takich strategii, które prowadzą do sukcesu przedsiębiorstwa. Artykuł przedstawia użycie kryteriów wielokrotnej dychotomizacji usług w celu stworzenia strategii bazującej na potrzebach konsumentów.