

OBSAH

Předmluva 7

01 Úvod 9

Co je prodej? 11

Co je marketing? 11

Co je marketingové plánování? 13

Fáze přípravy marketingového plánu 14

02 Situační analýza – marketingový audit 18

Audit marketingového prostředí 18

Audit marketingové aktivity 18

Audit marketingového systému 19

Marketingové prostředí – průzkum trhu 19

Interní výzkum trhu 25

Co je segmentace trhu? 25

Kontrolní soupis informací 27

Jak prezentovat čísla 29

Situační analýza 33

SWOT analýza 34

03 Cíle 39

Co je marketingový cíl? 39

Základní typy produktů 41

Produktové portfolio 43

Relativní tempo růstu trhu a tržní podíl 46

Tržní portfolio – růst počtu dostupných trhů 50

Prodej zaměřený na uplatnění produktu 50

Export 53

GAP analýza 54

- 04 Strategie a akční plány 58**
Co je marketingová strategie? 58
Cenové strategie 60
Zákaznické strategie 60
Řízení vztahů se zákazníky 61
Péče o klíčové zákazníky 62
Vymýšlení strategií 64
Akční plány 72
- 05 Plán distribuce 75**
Marketingové kanály 75
Přímý prodej 77
Distribuce 78
Telemarketing 83
Přesunutí vašeho byznysu na internet 84
E-mailový/internetový marketing 86
Mobilní komerce 87
Direct mail 88
Fyzická distribuce, skladování a umístění továrny 89
Zákaznický servis 89
- 06 Plán reklamy a propagace 93**
Personál 93
Reklama a propagace 96
Reklama na internetu 97
Rostoucí využívání PR 101
Rozvíjení strategie sociálních sítí 102
- 07 Náklady a rozpočty 107**
Výkaz zisků a ztrát 108
Rozpočtování nákladů na marketingový plán 110

| | | |
|-----------|---|------------|
| 08 | Psaní plánu | 116 |
| | Úvod | 118 |
| | Exekutivní souhrn | 118 |
| | Situační analýza | 120 |
| | Marketingové cíle | 130 |
| | Marketingové strategie | 131 |
| | Harmonogram (co/kde/jak) | 133 |
| | Podpora prodeje | 135 |
| | Rozpočty a výkaz zisků a ztrát | 135 |
| | Kontroly a aktualizace postupů | 137 |
| | | |
| 09 | Prezentace plánu, následný postup a revize | 140 |
| | Prezentace plánu | 141 |
| | Následný postup a revize | 147 |
| | | |
| 10 | Mini-plány a rychlé plány | 148 |
| | Produktové plány | 148 |
| | Plánování nového produktu | 151 |
| | Přístupy k vybraným trhům | 151 |
| | Marketingové plány pro jednotlivé exportní trhy | 153 |
| | | |
| | <i>Dodatek</i> | 161 |