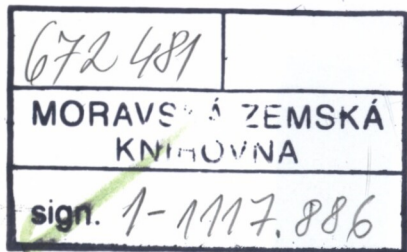




A DORLING KINDERSLEY BOOK

Copyright © 2001 Dorling Kindersley Limited
Text copyright © 2001 Moi Ali
Translation © 2003 Jan Heller
Czech edition © 2003 Nakladatelství Slovart

All rights reserved



Moi Ali
Efektivní marketing

Z anglického originálu Marketing Effectively
© Dorling Kindersley, London, 2001
přeložil Jan Heller
Editor Petr Hejný

Vydalo Nakladatelství Slovart, s. r. o., v roce 2003

Vydání první
Sazbu zhotovil ALIAS PRESS, Bratislava

ISBN 80-7209-384-3
10 9 8 7 6 5 4 3 2 1

www.slovart.sk
www.dk.com

MZK-UK Brno



2610191581

4 ÚVOD

ZÁKAZNÍK NA PRVNÍM MÍSTĚ

6 CO JE MARKETING

8 ANALÝZA MARKETINGOVÉHO MIXU

12 POZNEJTE SVĚ ZÁKAZNÍKY

14 JAK ZÁKAZNÍCI NAKUPUJÍ

18 BUDOVÁNÍ VZTAHŮ

22 ZÍSKÁVÁNÍ NOVÝCH ZÁKAZNÍKŮ



BUDOVÁNÍ SILNÝCH PRODUKTŮ

- 24 ZLEPŠOVÁNÍ
PRODUKTŮ
- 26 DIFERENCIACE
PRODUKTŮ
- 30 ZKOUŠKA OCHRANNÉ
ZNÁMKY
- 34 RŮST POMOCÍ
PRODUKTŮ



MAXIMALIZACE PUBLICITY

- 36 PLÁNOVÁNÍ
KAMPANĚ
- 40 REKLAMA
V TISKU
- 44 REKLAMA
V ROZHLESE

46 OVLÁDNUTÍ
DIRECT MAILU

50 VYUŽITÍ
INTERNETU



ROZVOJ STRATEGIE

- 54 STRATEGICKÉ
MYŠLENÍ
- 58 STANOVENÍ
CÍLŮ
- 60 JAK DOSÁHNOUT
CÍLŮ
- 62 EFEKTIVNÍ
STRATEGIE
- 64 ZÍSKÁVÁNÍ
PODPORY
- 66 ZHODNOŤTE SI SVÉ
MARKETINGOVÉ SCHOPNOSTI
- 70 REJSTRÍK
- 72 PODĚKOVÁNÍ