

# Obsah

---

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Předmluva</b> .....                                 | <b>7</b>  |
| <b>1. Úvod</b> .....                                   | <b>9</b>  |
| 1.1 Co je marketingové plánování?.....                 | 13        |
| 1.2 Etapy v přípravě marketingového plánu.....         | 14        |
| <b>2. Analýza situace – marketingový audit</b> .....   | <b>19</b> |
| 2.1 Marketingové prostředí – marketingový výzkum.....  | 19        |
| 2.2 Co je segmentace trhu?.....                        | 25        |
| 2.3 Jak předkládat čísla.....                          | 27        |
| 2.4 SWOT analýza.....                                  | 32        |
| <b>3. Cíle, strategie a akční plány</b> .....          | <b>38</b> |
| 3.1 Co je to marketingový cíl?.....                    | 38        |
| 3.2 Výrobní portfolio.....                             | 40        |
| 3.3 Vzájemný vztah růstu trhu a tržního podílu.....    | 42        |
| 3.4 Co je marketingová strategie?.....                 | 49        |
| 3.5 Akční plány.....                                   | 53        |
| <b>4. Distribuce, podpora prodeje a rozpočty</b> ..... | <b>56</b> |
| 4.1 Plán distribuce.....                               | 56        |
| 4.2 Plán propagace a podpory prodeje.....              | 61        |
| 4.3 Náklady a rozpočty.....                            | 66        |
| <b>5. Sestavení plánu</b> .....                        | <b>74</b> |
| 5.1 Úvod.....  | 75        |
| 5.2 Celkové shrnutí plánu.....                         | 76        |
| 5.3 Situační analýza.....                              | 77        |
| 5.4 Marketingové cíle.....                             | 86        |
| 5.5 Strategie marketingu.....                          | 87        |
| 5.6 Harmonogram „co, kde, jak“.....                    | 89        |
| 5.7 Podpora prodeje.....                               | 90        |
| 5.8 Rozpočty a účet zisků a ztrát.....                 | 91        |
| 5.9 Postupy při kontrole a aktualizaci.....            | 92        |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>6. Prezentace, sledování a úpravy plánu .....</b> | <b>95</b> |
| 6.1 Prezentace plánu .....                           | 95        |
| 6.2 Sledování a úprava .....                         | 101       |

|   |            |
|---|------------|
| <b>Příloha – Marketingový plán pro trh Velké Británie .....</b> | <b>103</b> |
|---|------------|