

# Obsah

Úvod xi

## 1 Plánování, příprava a výkon?

---

<b>otázky</b>	<b>1</b>
<b>odpovědi</b>	<b>4</b>
<i>Plánování</i>	4
<i>Příprava</i>	16
<i>Výkon</i>	21

## 2 Direct marketing

---

<b>otázky</b>	<b>29</b>
<b>odpovědi</b>	<b>34</b>
<i>Úvod</i>	34
<i>Telemarketing</i>	35
<i>Poštovní objednávka</i>	50
<i>Databázový marketing</i>	58
<i>Používání agentury</i>	74

## 3 Reklamní pošta

---

<b>otázky</b>	<b>77</b>
<b>odpovědi</b>	<b>80</b>
<i>Techniky</i>	80
<i>Názory na reklamní poštu</i>	84
<i>Co o vás říká reklama?</i>	87
<i>Kdo dostává reklamu?</i>	92
<i>Jak přimějete zákazníka, aby otevřel obálku?</i>	94
<i>Možnosti odpovědí</i>	98
<i>Míra odpovědí</i>	102

<i>Business to business</i>	106
<i>Testování a hodnocení</i>	111

## **4 Inzerce**

---

<b>otázky</b>	<b>115</b>
<b>odpovědi</b>	<b>119</b>
<i>Použití odlišných médií</i>	119
<i>TV reklama</i>	125
<i>Rozhlasová reklama</i>	129
<i>Tisková reklama</i>	133
<i>Reklama ke dveřím</i>	138
<i>Dárky zdarma</i>	140
<i>Testovací inzeráty</i>	140
<i>Zdůvodnění výdajů za inzerci</i>	142
<i>Obsah</i>	143
<i>Používání reklamních agentur</i>	145

## **5 Prodej zboží**

---

<b>otázky</b>	<b>147</b>
<b>odpovědi</b>	<b>152</b>
<i>Zákazníci a konkurence</i>	152
<i>Licence</i>	158
<i>Vývoz</i>	165
<i>Prezentace</i>	185

## **6 Péče o zákazníka**

---

<b>otázky</b>	<b>187</b>
<b>odpovědi</b>	<b>190</b>
<i>Řízení péče o zákazníka</i>	190
<i>Kontakt se zákazníkem</i>	195
<i>Standardy služby</i>	205
<i>Stížnosti</i>	207
<i>Vztahy</i>	213

- Přes koho si společnosti najímají vnější seznamy?
- Jaký je průměrný výdaj na externí seznam?
- Podle čeho vybíráte externí seznam pro poštovní zásilky?

## **Používání agentury / 74**

---

- Jak máte ohodnotit (platit) vaši direct marketingovou agenturu?
- Jak často byste měli přezkoumat váš vztah s direct marketingovou agenturou?

# 3

## Reklamní pošta

### Otázky

- Co si zákazníci myslí o poště?

### Techniky / 80

---

- Existují techniky, které se osvědčily jako obzvlášť dobré?
- Ovlivňují způsoby odpovědí úspěch poštovní zásilky?
- Jaké informace by měly společnosti poskytovat?
- Poskytují společnosti dostatek informací?
- Je větší pravděpodobnost, že vás reklamní pošta přiměje k nákupu u společnosti?

### Názory na reklamní poštu / 84

---

- Jaké mají zákazníci pocity, když obdrží reklamu?
- Co si zákazníci myslí o reklamě?
- Nemají spotřebitelé reklamní poštu v oblibě?

### Kontrola údajů / 85

---

- Odkud získali moje jméno?
- Uvědomují si zákazníci kontrolu údajů?

### Vliv / 86

---

- Jaké jsou nejběžnější stížnosti na reklamu?
- Jak jsou zákazníci reklamou ovlivněni?

## **Co o vás říká reklama? / 87**

---

- Jste upřímní?
- Ovlivňuje odpověď na reklamu postoj zákazníků ke společnosti?
- Ovlivňuje odpověď na reklamu postoj vašich zákazníků ke společnosti?
- Zvyšuje obdržení obálky pravděpodobnost, že si zákazník zboží koupí?
- Jak důležité jsou tzv. praktické faktory pro pověst vaší firmy?
- Jak můžete přesvědčit možné budoucí zákazníky, že jste organizace s dobrou pověstí?

## **Kdo dostává reklamu? / 92**

---

- Ze všeho nejdříve, kdo posílá reklamu?
- Jaký typ lidí dostává většinu reklamy?
- Kolika dalším obálkami konkurujete?
- Jaký typ reklamy/obálky konzumenti vyžadují?

## **Jak přimějete zákazníka, aby otevřel obálku? / 94**

---

- Jak zákazníci zacházejí s reklamou?
- Co přesvědčí lidi, aby otevřeli dopisy, které od vás obdrželi?
- Je pravděpodobnější, že si reklamu otevrou a přečtou muži nebo ženy?
- Kolik lidí si ponechá vaši reklamu?
- Předávají si lidé reklamu?

## **Možnosti odpovědi / 98**

---

- Jaký typ reklamy by vás ovlivnil?
- Dávají lidé přednost telefonickým nebo poštovním odpovědím?
- Jaké důvody lidé uvádějí pro upřednostňování odpovědi poštou?
- Jaké jsou nejefektivnější volitelné odpovědi?
- A co požádat budoucí možné zákazníky, aby odpovídali faxem?
- Co o vás říká způsob odpovědi?

## Míra odpovědí / 102

---

- Na jaký typ reklamy zákazníci odpovídají?
- Jak často zákazníci odpovídají na reklamu?
- Jak se liší počet odpovědí podle typu odpovědi, který chcete?
- Je větší pravděpodobnost, že dostanete odpověď, jestliže máte se zákazníkem předešlý vztah?
- Dostanete lepší odpověď, jestli utratíte více?
- Jakým typem odpovědi lidé na reklamu odpovídají?
- Do jaké míry ovlivníte počet odpovědí úpravou reklamního dopisu?

## Business to business / 106

---

- Kolik manažerů otevře svou vlastní poštu?
- Kolik obchodních manažerů/filtrů otvírá a čte svou reklamu?
- Za jak užitečnou považují manažeři reklamu?
- Jaké jsou nejběžnější chyby v reklamě zaměřené na segment business to business?
- Jaká zlepšení by rádi obchodní manažeři viděli v reklamě?
- Jak obchodníci odpovídají na reklamu?
- Existují některé typy reklamy, u kterých je pravděpodobnější, že budou zajímat obchodníky více než jiné typy?

## Testování a hodnocení / 111

---

### Testování / 111

---

- Co byste měli testovat?
- Jak velký vzorek byste měli testovat?
- Kdy byste měli testovat?
- Jak brzy se dozvíte výsledky vašeho testu?
- V čem většinou chybují pracovníci marketingu?

### Hodnocení kampaně / 113

---

- Jak firmy hodnotí kampaně?

# 4

## Inzerce

### Otázky

#### **Použití odlišných médií / 119**

---

- Liší se přijatelná média podle výrobního odvětví?
- Jaká reklama ovlivňuje zákazníky, když nakupují?
- Jak se liší názory lidí na různá média?
- Co chtějí zadavatelé reklamy získat?
- Jaké inzertní médium byste měli používat?
- Kde se utratí peníze?
- Na jaký typ reklam lidé odpoví s největší pravděpodobností rovnou?

#### **TV reklama / 125**

---

- Jaký je postoj všeobecné veřejnosti k reklamě v TV?
- Je příliš TV reklamy?
- Jak často byste měli uvádět TV reklamu?
- Jaké techniky pomáhají uspět TV reklamě?
- Jaký typ odpovědi dostanete?
- Můžete zvládnout odpovědi?
- Co o vás říká přímá reakce na TV reklamu?

## Interaktivní TV / 128

---

- Jak je důležitá reklama online?
- Jak diváci odpovídají na online reklamu?

## Rozhlasová reklama / 129

---

- Kolik lidí poslouchá komerční rozhlas?
- Které národní rozhlasové stanice přitahují většinu posluchačů?
- Jaký typ lidí poslouchá komerční rozhlas?
- Má cenu rozhlas, co se týče reklamy pro obchodníky?
- Vypínají lidé přístroj, když přijde na reklamu?
- Co o vás říká reklama v rozhlasu?
- Vnímají lidé rozhlasové reklamy?
- Kolikrát každý posluchač uslyší vaši reklamu?

## Tisková reklama / 133

---

- Jaká část z celkových výdajů za reklamu jde na různé typy tiskové reklamy?
- Jak často byste měli uveřejnit reklamu v tisku?
- Jaký účinek má četnost reklamy na počet odpovědí?
- Kdy je nevhodnější vypustit reklamu?
- Které pozice přinášejí nejvyšší efekt?
- ...a nejméně efektivní?
- Záleží na rozměru?
- Na které straně místních novin s největší pravděpodobností uvidí váš inzerát?
- Čtou obchodníci „obchodní tisk“?



## Vkládaná inzerce / 137

---

- Jsou náklady na vkládanou inzerci efektivní?

## Reklama ke dveřím / 138

---

- Co to je reklama ode dveří ke dveřím? (door to door advertising)
- Kdo používá letáky, které se nechávají u dveří?
- Co způsobuje, že inzerce do domu je efektivní?
- Jak můžete ušetřit na nákladech takové distribuce?

## Dárky zdarma / 140

---

- Zabírají dárky zdarma?
- Které obchodní dárky zabírají?

## Testovací inzeráty / 140

---

- Co byste měli testovat?
- Jak velký vzorek byste měli testovat?
- Kdy byste měli testovat?
- Jak brzy by vaše testy měly přinést výsledky?
- Jak můžete měřit efektivitu inzerátů, které nevyžadují přímou odpověď?

## Zdůvodnění výdajů za inzerci / 142

---

- Jak můžete ospravedlnit výdaje za inzerci?

## Obsah / 143

---

## Všimnou si lidé vašeho inzerátu? / 143

---

- Jaké faktory pomáhají při získání pozornosti?

## Plán a obsah / 144

---

- Na které části vašeho inzerátu se čtenáři dívají prvně?
- Jak lze povzbudit čtenáře, aby pokračovali ve čtení vašeho inzerátu?
- Jak můžete využít styl textu, aby lidé četli text?

## Používání reklamních agentur / 145

---

- Podle čeho platíte agentuře?
- Jak často byste měli kontrolovat váš vztah s reklamní agenturou?

# 5

## Prodej zboží

### Otázky

#### Zákazníci a konkurence

---

##### Prodej zákazníkům / 152

---

- Proč zákazníci nakupují?
- Jak ovlivňuje cena rozhodnutí nakupovat?
- Co to stojí získat nové zákazníky?
- Říkají zákazníci vždy „ne“, když míní „ano“?
- Kolikrát vám musí být řečeno „ne“?
- Co se kupujícím obvykle nelíbí na prodejcích?

##### Obavy zákazníků / 154

---

- Kolik zákazníků má pocit, že s nimi bylo jednáno nepoctivě?
- Cítí zákazníci, že se jim dostalo kvalitní nápravy, když věci mají závadu?

##### Osobní styl / 155

---

- Když mluvíte k zákazníkovi, jak důležitá jsou slova, která používáte?

## Konkurence / 156

---

- Kolik máte místních konkurentů?
- Jak získáte informace o cenách konkurence?
- Jaká jsou nejsilnější místa vašich konkurentů?

## Licence / 158

---

- Co to je obchodní formátová licence...?
- Jak rozšířená je licence?
- Jaké typické znaky očekává osoba poskytující licenci od příjemce?
- Jaký vztah mají příjemci licence s poskytovateli?
- Jak často byste měli kontrolovat licenční smlouvu?
- Je pravděpodobné, že příjemci licence obnoví smlouvy?

## Poskytovatel licence / 161

---

- Jaké jsou výhody pro poskytovatele licence?
- Jaké jsou nevýhody pro poskytovatele licence?
- Jaké faktory by měl možný poskytovatel licence uvážit?
- Jak se musíte připravit, aby licence byla úspěšná?
- Kolik bude stát založení licence?
- Jak může poskytovatel licence expandovat za hranice?

## Příjemce licence / 162

---

- Jaké jsou výhody pro příjemce licence?
- Co byste měli kontrolovat ohledně licencí?
- Čemu by se měli vyhnout možní příjemci licence?
- Liší se míra neúspěchu podle sektoru?

---

## 7 Vytváření správné image

<b>otázky</b>	<b>217</b>
<b>odpovědi</b>	<b>221</b>
<i>Vztahy s médii</i>	221
<i>Vztahy s veřejností</i>	236
<i>Zvýšení prodeje</i>	240
<i>Design, tisk a psané slovo</i>	245

<b>Příloha 1 Jak číst statistiku</b>	<b>260</b>
--------------------------------------	------------

---

<b>Rejstřík</b>	<b>275</b>
-----------------	------------

---

## Náklady a zisky / 164

---

- Kolik stojí založení licenční operace?
- Jaké jsou další výdaje při vedení licence?
- Jak výnosná je licenční operace pro příjemce licence?

## Vývoz / 165

---

- Na koho se spolehnout při vedení obchodu v zahraničí?
- Do jaké míry je nutný výzkum?
- Co se obvykle zkoumá?
- Potřebujete specifické školení na vývoz?
- Je školení skutečně nezbytné?
- Jaké jsou největší překážky u zahraničního obchodu?
- Jak postupujete při výběru zahraničního agenta nebo distributora?

## Proč vyvážet / 170

---

- Proč ne?
- Proč je mnoho obchodních firem neochotných vyvážet?
- Jaké jsou nejběžnější důvody pro začátek vývozu?
- Je vaše firma příliš malá na to, aby vyvážela?
- Co způsobuje neúspěch exportu?
- Je nutné, abyste mluvili stejným jazykem?
- Které marketingové aktivity zvyšují vývoz?
- Jak se dozvíte o zahraničních obchodních příležitostech?
- Které regulační faktory ovlivňují vaše rozhodnutí o tom, se kterými zeměmi obchodovat?
- Které další faktory ovlivňují vaše rozhodnutí?

## Kontrola úvěrů / 175

---

- Jak posoudíte úvěruschopnost nových zahraničních zákazníků?
- Jak zajistíte platby od zahraničních kupujících?
- Jak vážný je problém pozdní platby?

## Výstavy / 177

---

- Proč byste měli vystavovat?
- Proč vystavují ostatní společnosti?
- Jsou výstavy efektivním marketingovým médiem?
- Jak jsou výstavy užitečné pro uvedení nových výrobků?
- Jaké věci je nejdůležitější naplánovat pro úspěšnou výstavu?
- Jak si děláte záznamy o tom, kdo navštěvuje stánek?
- Jak dlouho trvá, než se přemění požadavky na prodej?

## Náklady / 181

---

- Jaká část vašeho marketingového rozpočtu je určena na výstavu?
- Jaký je váš roční rozpočet za výstavy?
- Kam jdou peníze?
- Proč lidé navštěvují výstavy?
- Jaký je výsledek návštěvy výstavy?

## Rada / 184

---

- Jak můžete zaručit, že váš stánek přitáhne zákazníky?

## Prezentace / 185

---

- Jaké jsou nejběžnější chyby, kterých se lidi dopouštějí při prezentaci?
- Jaké jsou klíčové faktory pro úspěšnou prezentaci?
- Jak můžete odhadnout délku trvání prezentace?
- Co byste měli umístit na fólie zpětného projektoru?
- Jak detailní by měly být poznámky?



# 6

## Péče o zákazníka

### Otázky

#### **Řízení péče o zákazníka / 190**

---

##### Plánování programu péče o zákazníka / 190

---

- Jak naplánujete dobrý program péče o zákazníka?

##### Příprava programu péče o zákazníka / 190

---

- Kdo by měl převzít odpovědnost za péči o zákazníka?
- Ovlivňuje formální investice péči o zákazníka?
- Jak dlouho by měl trvat program péče o zákazníka?

##### Vedení programu péče o zákazníky / 192

---

- Jaké postoje mají manažeři k péči o zákazníka?
- Co považují manažeři za hlavní výhody při zlepšování služby poskytované zákazníkovi?
- Co vidí manažeři, jako hlavní překážky, bránící zlepšování služeb poskytovaných zákazníkovi?
- Měli byste trénovat zaměstnance v péči o zákazníka?

#### **Kontakt se zákazníkem / 195**

---

##### Udržování kontaktu / 195

---

- Jak často byste měli být se zákazníkem v kontaktu?
- Jak často ostatní společnosti zasílají zákazníkům dopisy?

- Je dobré zahájit kontakt se zákazníky?
- Můžete předpovědět, jak budou spotřebitelé reagovat na přímou zprávu od vaší společnosti?
- Jak odlišné typy spotřebitelů reagují na kontakt od společnosti?
- Jak nejlépe kontaktovat zákazníky doma?
- Jaké navázání kontaktu by zákazníci upřednostňovali, jestliže chtějí radu nebo informaci o výrobku?

## Linka s péčí o zákazníka / 201

---

- Co to je linka určená k péči o zákazníka?
- Pro jaké typy výrobků nebo služeb spotřebitelé používají linku poskytující péči?
- Je pravděpodobnější, že si zákazníci koupí výrobky, které mají číslo s telefonní linkou?
- Koupě a telefonní linky s péčí?
- Kolik lidí volává na zákaznickou linku?
- Jak dlouho trvá odpověď na telefon?
- Kdo odpovídá na vaše číslo?
- Vyžadujete od volajících jejich jméno a adresu?
- Jsou spotřebitelé spokojeni s úrovní zákaznické linky?
- Obsahují výrobky vašich konkurentů zpětné telefonní číslo?

## Standardy služby / 205

---

- Poskytujete vašim zákazníkům standardní péči?
- Jsou zákazníci věrní svým dodavatelům?
- Jaká je pravděpodobnost, že zákazníci u vás budou opět nakupovat poté, co měli problémy s vaší službou?
- Proč se zákazníci obrazejí na jednoho z vašich konkurentů?

## Stížnosti / 207

---

### Stěžování si / 207

---

- Kolik zákazníků se domnívá, že se s nimi jednalo nepoctivě?

- Mají spotřebitelé pocit adekvátní nápravy, když dojde k chybě?
- Jak by vás zákazníci rádi kontaktovali, jestliže si chtějí stěžovat na výrobek, který koupili ve vašem obchodě?
- Kolik zákazníků vás nekontaktuje, když narazí na problém?
- Necháávají si zákazníci nespokojenost pro sebe, protože je stížnosti znervózňují?
- Co doufají lidé, že stížností získají?
- Kolika lidem vaši nespokojení zákazníci sdělí svou špatnou zkušenost?

## **Vyřizování stížností / 210**

---

- Záleží na rychlé reakci na odpověď?
- Jaký vliv má počet nezbytných kontaktů, které vedou k řešení problému?
- Co pokládají spotřebitelé za nejdůležitější faktory při vyřizování stížností?
- Kolik stojí vaši organizaci, aby vyřídila žádosti?
- Kdo se zabývá dopisy se stížnostmi?

## **Vztahy / 213**

---

### **Zákazníci / 213**

---

- Je loajalita ovlivňována reklamou?
- Je oslovení v dopisu chápáno jako dostatečné navázání vztahu mezi zákazníkem a prodejcem?
- Do jaké míry existující vztah ovlivňuje pravděpodobnost nákupu?

## **Spolupráce mezi dodavateli / 215**

---

- Je spolupráce mezi dodavateli důležitá?
- Co vyžadují dobré dodavatelské vztahy?

# 7

## Vytváření správné image

### Otázky

#### **Vztahy s médii / 221**

---

##### **Image / 221**

---

- Je důležité zaujmout kreativitou?
- Bude výjimečnost ovlivněna oborem, ve kterém podnikáte?
- Jak komunikace se zákazníky ovlivňuje vaši image?
- Jak jste ovlivnili obchodníky, jestliže jste jim zaslali nepřesné nebo okopírované reklamní dopisy?

#### **Obchodní značky / 223**

---

- Jsou značky jen předmětem módy nebo je můžete držet po delší dobu?
- Jak posoudíte sílu značky?
- Stálost zákazníků u typů výrobků, které kupují?
- Je větší pravděpodobnost, že si lidé všimnou nové značky v některých výrobních oblastech než v ostatních?
- Jak vnímají zákazníci výrobky s vlastní značkou?

## Sponzorství / 226

---

- Jaké jsou náklady na to, aby se vyplatilo sponzorství?
- Co si diváci myslí o TV sponzorství?

## Redaktorské zpravodajství / 227

---

- Je větší pravděpodobnost, že lidé uvidí a přečtou si spíše váš článek než inzerát?
- Jak si můžete být jistí, že váš článek upoutá pozornost?
- Jaké typy článků se čtou nejčastěji?
- Které typy článků se čtou v místních novinách nejčastěji?
- Jak se liší míra čtivosti článků podle témat?
- Čtou se značkové PR články méně než běžné články?
- Čte se značkový článek v místních novinách méně, než všechny ostatní články?
- Dodává časopis značkovým článkům na věrohodnosti? A liší se to mezi časopisy?
- Dodají noviny na věrohodnosti značkovým článkům? Liší se to mezi novinami?

## Vztahy s tiskem / 234

---

- Jak můžete zlepšit své jednání s médii?

## Krizové vedení / 235

---

- Jaké se dělají nejběžnější chyby, jestliže došlo v plánech ke krizi?
- Jaké jsou klíčové kroky pro dosažení úspěchu v krizových situacích?
- Jaké jsou nejběžnější chyby při řešení krizových situací?
- Jaké jsou klíčové kroky pro úspěšné řešení krize?

## Vztahy s veřejností / 236

---

### Měření efektivity vztahů s veřejností / 236

---

- Jak můžete ohodnotit vaše vztahy s veřejností?

## **Používání agentury / 238**

---

- Na jakém základě platíte vaši agenturu, která pečuje o vztahy s veřejností?
- Jak často byste měli kontrolovat váš vztah s agenturou pro styk s veřejností?

## **Interní vztahy s veřejností / 239**

---

- Jak jsou zaměstnanci informováni o tom, co se děje na jejich pracovišti a jak poskytují zpětnou vazbu?
- Jsou zaměstnanci spokojeni s úrovní komunikace, která se jim dostává?
- Jaké formy interní komunikace zvyšují spokojenost zaměstnanců s jednotlivými úrovněmi komunikace?

## **Zvýšení prodeje / 240**

---

### **Programy, které podporují loajálnost zákazníků / 240**

---

- Jaké jsou typy těchto programů?
- Kde se nacházejí výhody programů na podporu loajálnosti zákazníků?

## **Soutěže / 241**

---

- Kolik utratíte za ceny a jakou hodnotu mají v očích výherců?
- Jak se můžete ujistit o úspěchu soutěže?

## **Spolupráce s agenturou / 244**

---

- Na jakém základě platíte vaši agenturu?
- Jak často byste měli kontrolovat váš vztah s agenturou, jejímž úkolem je zvýšit prodej?

## **Design, tisk a psané slovo / 245**

---

### **Návrh / 245**

---

- Jak můžete navrhnout stranu, abyste přiměli čtenáře ke čtení?
- Jak můžete povzbudit lidi, aby četli text?
- Co je lepší – fotografie nebo ilustrace?
- Měli byste zarovnávat text?

### **Čtivost / 250**

---

- Je pro lidi jednodušší číst patkový nebo bezpatkový typ písma?
- Jsou pro čtenáře čitelnější velká nebo malá písmena?
- Je těžší nebo snadnější přečíst zvýrazněný text?
- Je obtížnější číst text tištěný kurzivou?
- Jaké styly nadpisů se nejsnadněji čtou?
- Jaká velikost písma se nejsnadněji čte v souvislém textu?
- Ovlivňuje „kerning“ čitelnost textu (a co to vůbec je)?
- Jaká je čitelnost „zdůrazněného“ textu?
- Je snadné číst černý text na šedém pozadí?
- Je snazší číst z matného papíru nebo lesklého?

### **Barva / 256**

---

- Je pravděpodobnější, že si vaši čtenáři přečtou a porozumí barevným titulům?
- Jak je snadné přečíst text na zbarveném pozadí?
- Jak budou vaši čtenáři reagovat na barevný text?
- Je finančně výhodné zaplatit za barevnou část inzerátu?

### **Jazyk / 258**

---

- Jak se můžete ujistit o srozumitelnosti vašeho písemného stylu?

# 1

## Plánování, příprava a výkon?

### Otázky

#### **Plánování / 4**

---

#### **Marketingové procesy / 4**

---

- Kolik společností má oddělenou tzv. marketingovou funkci?
- Kolik společností má vybudované tzv. marketingové procesy na vysoké úrovni?
- Jaká hlediska marketingu byste měli plánovat?
- Jak dobře si společnost vede v každém z marketingových procesů?
- Jaké jsou nejdůležitější oblasti marketingu?
- Jaká je základní role marketingu?
- Jaký vliv má každý marketingový proces na obchodní úspěch?

#### **IT v marketingovém plánování / 8**

---

- Co je to marketingový plánovací systém?
- Jak se můžete ujistit, že získáte to nejlepší z vašeho systému?



## **Marketingová strategie / 10**

---

- Co vám pomůže při sestavování marketingové strategie?
- Jaký typ informací potřebujete pro efektivní strategické plánování?
- Je vaše strategické plánování dosti efektivní?  
Pokud ne, co s tím můžete udělat?
- Co vytváří dobrý strategický plán?
- Jak dlouho zabere naplánování a realizování efektivně kampaň?
- Do jaké míry je marketingová strategie spojena s celkovou obchodní strategií?
- Vyžaduje se od marketingu, aby splnil taktické, nebo strategické funkce?

## **Rada / 14**

---

- Kam chodíte pro radu a kdo poskytuje jaký typ?
- Existují problémy, kterým se můžete vyhnout plánováním?

## **Příprava / 16**

---

### **Průzkum trhu / 16**

---

- Co stojí zakázka na průzkum trhu?
- Jaké jsou relativní náklady rozličných výzkumných metod?
- Jak dlouho trvá telefonní výzkum?
- Jak můžete zmenšit náklady na analýzu odpovědí v dotazníku?
- Jakou odpověď byste měli očekávat při výzkumu zaměřeném na b to b segment?
- Jakou návratnost můžete očekávat u výzkumu zaměřeného na spotřebitele?
- Jaké techniky můžete použít, abyste zvýšili počet odpovědí u poštovního výzkumu?
- Jaké jsou největší klady a zápory u plánování a navrhování výzkumů?

## **Výkon / 21**

---

- Může být marketingový proces použit k odhadnutí marketingového výkonu?
- Jak můžete ohodnotit úspěch vašeho marketingu?
- Ovlivňuje rozsah technické změny v průmyslu výkon?
- Jaká se používají hlavní měření výkonu?
- Co přispívá v marketingu k dosažení finančních cílů?
- Je marketing efektivní v taktických a strategických příspěvcích?

## **Marketing v budoucnosti / 27**

---

- Jaké jsou vnitřní a vnější síly, které ovlivňují marketing?
- Jaké změny by pomohly marketingovým funkcím k úspěchu?

# 2

## Direct marketing

### Otázky

#### Úvod / 34

---

- Co to je direct marketing?
- Co si konzumenti myslí o direct marketingu?

#### Telemarketing / 35

---

- Co je telemarketing?
- Jaké procento telemarketingu je spojeno s Internetem?

#### První přehledy / 36

---

- Jak získáte první přehled o počtu?
- Jak lze zlepšit telefonní styl?

#### Část marketingového mixu / 37

---

- Jak můžete použít telefon k oživení růstu odpovědi v kombinaci s přímou poštou?
- Jak často potřebujete doplnit váš seznam zákazníků?
- Chtějí vás zákazníci kontaktovat telefonicky?
- Jaké důvody lidé uvádějí pro preferenci telefonu?

## Odpovídání po telefonu / 40

---

- Spojí se s vámi všichni vaši zákazníci napoprvé?
- Pokud se zákazníci nedovolají napoprvé, zavolají zpět?
- Co si zákazníci myslí o automatizovaných telefonních centrech?
- Jak se zákazníci cítí, když hraje z telefonu hudba nebo záznam?

## Jednání s lidmi po telefonu / 42

---

- Co vaši zákazníci očekávají od telefonického hovoru do společnosti?
- Jaké jsou složky kvalitního telefonního hovoru?
- Má vliv špatné vedení hovoru?

## Prodej přes telefon / 45

---

- Jaké jsou výsledky telefonních a faxových služeb a jaké jsou náklady na předplatné?
- Čím můžete přesvědčit spotřebitele, aby nakupovali po telefonu?
- Jak změříte výkon telefonního prodeje?

## Časový faktor / 49

---

- Záleží na tom, zda používáte sluchátko nebo headset?
- Kolik můžete dostat za hodinu telefonních hovorů, které směřují pryč?

## Náklady / 50

---

- Jaké jsou náklady telemarketingu za jeden telefonát?

## Poštovní objednávka / 50

---

### Poštovní objednávka zákazníků / 50

---

- Jaké výhody spatřují zákazníci v nakupování přes poštu?
- Jestliže potenciální zákazník zná vaši firmu, existuje větší pravděpodobnost, že u vás bude nakupovat?
- Co brání vašim zákazníkům, aby více nakupovali prostřednictvím poštovní objednávky?
- Kolik lidí utratí za výrobky zakoupené přes poštovní objednávku a jak často si objednávají?
- Jsou lidé spokojeni se zbožím, které si zakoupí přes poštu?
- Kolik nespokojených zákazníků bude u vás nakupovat opět?

### Katalogy / 53

---

- Kam se investují peníze?
- Kolik lidí, kteří neodešlou objednávku přímo, si ponechá katalog?
- Co způsobuje úspěch u výrobku z katalogu?
- Kolik výrobků z vašeho katalogu bude mít úspěch?
- Na kterých místech v katalogu se výrobky prodávají nejlépe?
- Kolik výrobků byste měli na každé straně ukázat?

### Business-to-business zásilkový prodej / 56

---

- Kolik katalogů dostávají firmy?
- Dívají se podnikatelé na katalogy, které obdrží?
- Kolik firmy utratí za zboží nakoupené prostřednictvím katalogů?

### Databázový marketing / 58

---

- Proč se zvyšuje marketing, který používá databáze domácností?
- Jak dlouhou většina společností měla marketingovou databázi?
- Jak si většina společností buduje svou databázi?

- K jakým marketingovým aktivitám se databází užívá?
- Využívají se databáze v marketingu efektivně?

## System / 61

---

- Které typy operací podporují prodej a marketing?
- Potřebujete systém zhotovený na základě svých požadavků nebo si vystačíte s tradičním (univerzálním) softwarem?
- Jak dlouho zabere, než váš systém začne pracovat?

## Náklady / 62

---

- Které oddělení platí hlavní náklady za systém?
- Jaké jsou hlavní náklady u zavádění prodeje a marketingového systému?
- Co bude stát počítačový systém?
- Jaké jsou průměrné náklady na prodej a marketingový systém?
- Jaká je typická lhůta na splacení?

## Seznamy poštovních zásilek / 67

---

- Které typy poštovních zásilek dostávají nejlepší odezvu?
- Takže, jak se bude lišit počet odpovědí podle typu seznamu, který užijete?
- Proč společnosti užívají externí seznamy?
- Jaké typy externích seznamů se půjčují?
- Jak můžete stanovit cenu seznamu, o jehož užití přemýšlíte?

## Obchodní poštovní seznamy / 70

---

- Které externí seznamy jsou nejrozšířenější?
- Kolik názvů posíláte v průměrné poštovní zásilce?
- Jak moc používají ostatní firmy externí seznamy?
- Jakou rovnováhu vnějších a vnitřních údajů používá vaše společnost?