

Obsah

1	Úvod	5
2	Co je marketing	6
2.1	Potřeba – přání – požadavek – poptávka.....	8
2.2	Směna – transakce.....	12
2.3	Marketingová strategie.....	13
2.4	Uspokojení zákazníka	14
2.5	Marketingový mix 4P.....	15
2.5.1	Produkt (product) – první P.....	16
2.5.1.1	Produktová strategie.....	19
2.5.1.2	Produkt – služba.....	19
2.5.2	Cena (price) – druhé P.....	21
2.5.3	Komunikace (Promotion) – třetí P	23
2.5.4	Místo/distribuce (place) - čtvrté P.....	33
2.5.4.1	Distribuční strategie	35
2.5.4.2	Distribuce B2B – dodávky pro mezispotřebu	37
2.5.4.3	Prodejce.....	37
2.5.4.4	Obchodní transakce je ukončena až tehdy, když zákazník zaplatí.....	38
2.5.4.5	Servisní služby	38
2.6	Marketingový mix 4C	39
2.6.1	Hodnota pro zákazníka – první C (Customer Value).....	39
2.6.2	Komunikace – druhé C (Communication)	40
2.6.3	Pohodlí – třetí C (Convenience).....	40
2.6.4	Náklad pro zákazníka – čtvrté C (Cost)	40
2.7	Marketingové plánování.....	41
2.7.1	Marketingové strategie.....	41
2.7.2	Marketingové prostředí a její analýzy.....	42
2.7.2.1	SWOT analýza	43
2.7.2.2	Příklady struktury SWOT analýzy pro různé kritériální využití.....	50
2.7.2.3	PEST analýza	53
2.7.3	Krátkodobé marketingové plánování	54
3	Marketing ve zdravotnických zařízeních	54
3.1	Produkt versus Hodnota pro zákazníka ve zdravotnickém zařízení.....	55
3.2	Komunikace	56
3.2.1	Jak komunikovat?.....	58
3.2.2	Krizová komunikace	59
3.2.3	Plánování komunikace	60
3.2.4	Systém řízení vztahů se zákazníky – CRM.....	62
3.3	Konvenience – pohodlí.....	63
3.4	Náklady ve vztahu k osobním hodnotám	64

3.4.1	Co rozhoduje o výběru poskytovatele zdravotní péče?.....	65
3.5	Marketingový výzkum zdravotnického zařízení.....	66
3.5.1	Výzkum spokojenosti pacientů.....	67
3.5.2	Jak měřit spokojenost pacientů s kvalitou zdravotní péče?.....	67
3.5.3	Marketingová strategie zdravotnického zařízení.....	68
3.6	Konkurenční výhoda ve zdravotnictví (Smolková Eva).....	69
4	Marketing zdravotnických prostředků.....	79
4.1	Zákon č.123/2000 – základní regulační norma.....	79
4.2	Zdravotnické prostředky.....	80
	Nářízení vlády ČR č.336/2004 o technických požadavcích na zdravotnické prostředky.....	81
4.3	Ceny zdravotnických prostředků.....	83
4.4	Distribuce zdravotnických prostředků.....	83
4.5	Komunikace při prodeji.....	85
5	Marketing nákupu.....	86
5.1	Užitek pro zákazníka nákupu.....	87
5.2	Náklady nákupu.....	88
5.2.1	Cena a smluvní podmínky.....	88
5.3	Komunikace při nákupu.....	89
5.3.1	Osobnostní profil nákupce.....	90
5.3.2	Hodnotová analýza v nákupu.....	90
5.4	Nákupní proces.....	91
5.4.1	Veřejná obchodní soutěž.....	93
5.4.2	Zákon o veřejných zakázkách.....	93
5.4.3	Další formy efektivního nákupu.....	95
5.4.4	Hodnocení dodavatelů.....	95
6	Závěr.....	97
	Literatura.....	97