

Obsah

Úvod	1
-------------	----------

1. ČÁST

Komunikace

1. KAPITOLA Podoby komunikace	5
2. KAPITOLA Nástroje komunikace	11
3. KAPITOLA Sdělovací prostředky	15
4. KAPITOLA Komunikace se sdělovacími prostředky	19
5. KAPITOLA Komunikace a řešení problému	23

2. ČÁST

Podniková komunikace

6. KAPITOLA Podniková identita	29
7. KAPITOLA Podniková kultura	35
8. KAPITOLA Podnikový image	37

3. ČÁST

Znalost zákazníka

9. KAPITOLA	
Klíčová role spokojeného zákazníka	43
10. KAPITOLA	
Rozhodování zákazníka	47
11. KAPITOLA	
Poznávání zákazníka	51
12. KAPITOLA	
Marketingový výzkum	55
13. KAPITOLA	
Kvantitativní výzkum	63
14. KAPITOLA	
Kvalitativní výzkum	69
15. KAPITOLA	
Marketingový výzkum jako komunikace se zákazníkem	75
16. KAPITOLA	
Konkrétní poznatky o zákaznících	81

4. ČÁST

Nabídka jako komunikace

17. KAPITOLA	
Segmentace trhu	89
18. KAPITOLA	
Pokrytí trhu	93
19. KAPITOLA	
Tržní pozice (positioning)	95
20. KAPITOLA	
Vypracování marketingového mixu	97

21. KAPITOLA	
Produkt	99
22. KAPITOLA	
Cena	109
23. KAPITOLA	
Distribuce	117

5. ČÁST

Jak komunikovat se zákazníkem

24. KAPITOLA	
Oslovení zákazníka jako východisko marketingové komunikace	125
25. KAPITOLA	
Marketingová komunikace se zákazníkem	133
26. KAPITOLA	
Reklama	139
27. KAPITOLA	
Podpora prodeje	151
28. KAPITOLA	
Osobní prodej	159
29. KAPITOLA	
Public relations (vztahy s veřejností)	161
30. KAPITOLA	
Sponzoring	167
31. KAPITOLA	
Direct marketing	177
32. KAPITOLA	
Internet	181
33. KAPITOLA	
Komunikace se zákazníkem v maloobchodě	191
Závěr	196
Rejstřík	197