

Marketingový plán



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**

**OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ**

Ing. Pavel Adámek, Ph.D.

adamek@opf.slu.cz

Katedra podnikové ekonomiky a managementu

Marketingový plán



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Znalost prostředí, trhu, zákazníků (segmentů), konkurence
 - Marketingové cíle
 - Marketingová strategie
 - Marketingové nástroje (mix), kdo je realizuje (odpovědnost)
 - Marketingový rozpočet (náklady)
 - Jak hodnotit efektivitu zvolených marketingových nástrojů?
-

Marketingové nástroje



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVÍNĚ

- Product – výrobková politika
 - Price – cenová politika
 - Place – distribuční politika
 - Promotion – komunikační politika (reklama, podpora prodeje, public relations, osobní prodej, přímý marketing – tzv. komunikační mix)
-
- Customer solution - řešení potřeb zákazníka (odpovídá Product ze 4P)
 - Cost - náklady vzniklé zákazníkovi (odpovídá Price ze 4P)
 - Convenience (Channel) - dostupnost řešení (odpovídá Place ze 4P)
 - Communication - komunikace (odpovídá Promotion ze 4P)
-



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Dotazy a diskuse 😊

.....

.....

.....

Děkuji za pozornost

a přeji Vám úspěšný den 😊



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Ing. Pavel Adámek, Ph.D.
adamek@opf.slu.cz