Marketingový plán :)

Doklad vymedzujúci na obdobie 1 roku (alebo viacerých rokov) ciele, stratégie a taktiky na udržanie a posilnenie trhovej pozície.

Hlavné časti marketingového plánu sú:

- **analýza súčasnej marketingovej situácie**; prezentuje relevantné údaje o trhoch, výrobkoch, konkurencii, distribúcii a makroenvironmente,
- **analýza príležitostí a východísk**; identifikuje hlavné príležitosti/riziká, silné/slabé stránky a faktory ovplyvňujúce pozíciu výrobkov na trhu,
- **ciele**; vymedzujú zámery plánu v oblasti tržieb, objemu predaja, podielu na trhu a zisku, marketingová stratégia; prezentuje smerovanie marketingového prístupu, ktorý sa použije na dosiahnutie plánovaných cieľov,
- **vykonávacie programy**; definujú kto, čo, kedy a ako vykoná,
- **odhad výsledkov**; obsahuje predpoveď očakávaných finančných výsledkov z realizácie plánu,
- **kontrolné opatrenia**; indikuje sa, ako bude plán monitorovaný.

Copyright © 2013 - 2026 Encyklopédia poznania