

Marketingový plán

The marketing strategy process



Struktura plánu

Akronym AOSTC:

- **(Executive Summary)**
- **Analysis (Situation Analysis)**
- **Objectives**
- **Strategies**
- **Tactics**
- **Control**

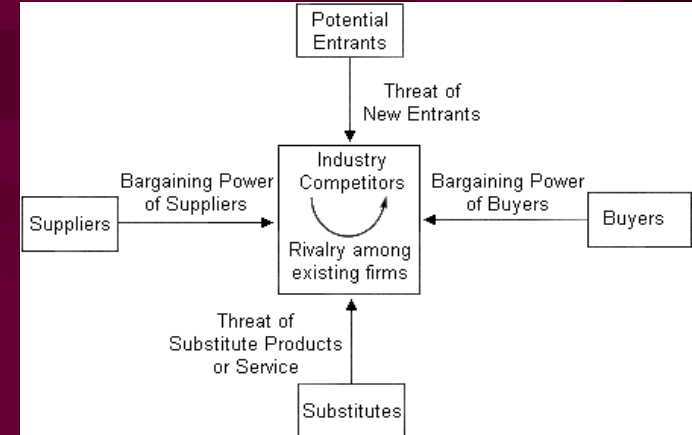
Situační analýza

SWOT analýza

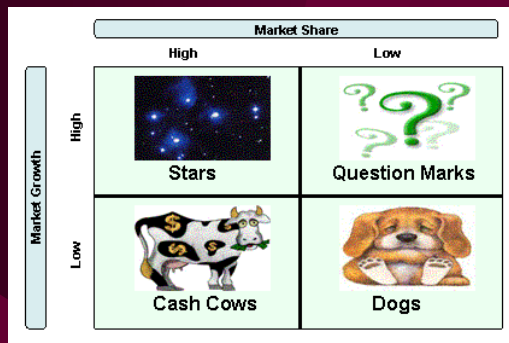
Inter ní fakto ry	Strengths	Weaknesses
Exte rní fakto ry	Opportunities	Threats



Porterova analýza 5-ti konkurenčních sil



Matice BCG



SPACE analýza

Cíle

Akronym SMART:

- **specific**
- **measurable**
- **achievable**
- **realistic**
- **timed**



Matice BCG

SWOT analýza

Matice GE

**Porterova
analýza**

Ansoffova matice

**SPACE
analýza**

Strategie

SEGMENTACE
trhu

TARGETING
= zacílení

POSITIONING
= umístění

Taktiky – akční opatření

PRODUKT



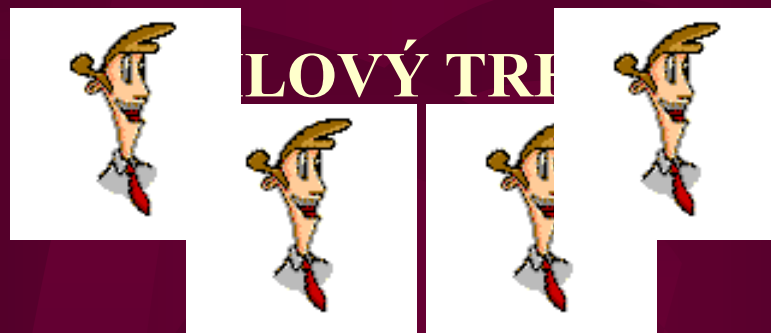
CENA



DISTRIBUCE



PROPAGACE



<http://www.arbomedia.cz/>

<http://www.uvdt.cz/>

http://inzerce.ihned.cz/download/eol/priklad_zasah.xls