

## MKT VÝZKUM

metoda „12 C“

- country** - všeobecné údaje o zemi,  
data ze SLEPTky,  
vliv dimenzí prostředí  
na podnikání/obchodování  
v dané zemi
- choices** - analýza zásobování /krytí  
potřeb,  
konkurence na trhu,  
konkurenčních sil a slabin
- concentration** - struktura tržních segmentů,  
geografické pokrytí
- culture/customer behaviour** - povaha  
rozhodování,  
hlavní vlivy na kupní chování,  
diverzita kulturních skupin –  
charakteristiky zákazníků
- consumption** - analýza poptávky a konečné  
spotřeby ekonomických sektorů –  
segmentů, užívajících produkt,  
tržní podíly segmentů, růstový  
potenciál segmentů,  
hodnocení hrozeb substituce
- capacity to pay** - tvorba cen,  
kultura ovlivňující tvorbu cen,  
platební podmínky,  
podmínky pojištění
- currency** - stabilita, restrikce, kurzy
- channels** - kupní chování, schopnosti a  
kompetence článků,  
pokrytí distribučních nákladů,  
infrastruktura fyzické distribuce,  
velikost objednávek a stupeň  
zpracování
- commitment** - přístup na trh, obchodní bariéry a  
incentivy, celní tarify,  
jiné poplatky, vládní regulace,
- communication** - infrastruktura a dostupnost médií,  
náklady komunikace, charakter  
komunikace a efektivní komunikační  
přístupy,  
běžné prodejní praktiky,  
charakter médií
- contractual obligations** – obchodní praktiky,  
pojištění, právní závazky
- caveats** - faktory, na které je potřeba dát pozor

## DISTRIBUCE

metoda „9 C“

- jednotlivé C optikou distribuce!!!!**
- customers/consumers and their characteristics** -  
kdo nakupuje, kdo rozhoduje, kdo  
se podílí na nakupování, věk,  
pohlaví, pozice, profese, příjem,  
kupní síla, sídlo, bydliště.....
- culture** - kultura a kupní chování,  
pracovní doba/otvírací hodiny,  
svátky, dovolené, feminita vs  
maskulinita, ochota a vstřícnost  
k zákazníkovi, ekonomie času,  
důležitost osobního kontaktu,  
korupce, dárky, krádeže.....
- character** - image distribučního kanálu  
(zákazníci, prodejní metody,  
lokalizace, vzhled prodejen.....)
- capital** – pracovní, fixní, ztráty – na  
vytvoření a udržování d. kanálu
- cost** - podpora článků, náklady spojené  
s obchodní marží
- competition** – charakter, chování,  
používané nástroje, síla,  
koncentrace
- coverage** – vzhledem k strateg. cílům a  
možnostem, konkurenci  
a zákazníkům – koncentrace,  
sortiment.....
- continuity** – podmínky existence  
kanálu – ohrožení, rizika,  
příležitosti, trendy....
- control** – možnosti, omezení a  
podmínky kontroly fungování  
distribuce

++++legislativa v „C“!!!!!!

