

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.