

## VZOR MARKETINGOVÉHO PLÁNU

<b>FIRMA</b>	<b>ROK</b>
<b>ZHRNUTIE VAŠICH PRODUKTOV/ SLUŽIEB</b> <i>(Popíšte, čo vaša firma robí a čo ponúka)</i>	
<b>VÍZIA</b> <i>(Kam chcete svoju firmu dostať za rok?)</i>	
<b>POSLANIE</b> <i>(Povedzte zákazníkovi, čo robíte. Máte nejaký slogan, ktorého sa vo firme držíte? Čo hlásate vašim zákazníkovi o vašom biznise?)</i>	
<b>HLAVNÝ CIEĽ MARKETINGOVÉHO PLÁNU</b> <i>(Každý plán by mal mať jeden cieľ. Napríklad uvedenie produktu na trh. Tento vzor môžete použiť či už pre jednotlivé produkty/ služby alebo na kompletnú propagáciu.)</i>	

<b>SILNÉ STRÁNKY</b> ( <i>interná analýza</i> )	<b>SLABÉ STRÁNKY:</b> ( <i>interná analýza</i> )
<b>PRÍLEŽITOSTI</b> ( <i>Externá analýza</i> )	<b>HROZBY</b> ( <i>Externá analýza</i> )

<b>CIEĽOVÁ SKUPINA - ZÁKAZNÍCI</b>	<b>PODROBNÁ CHARAKTERISTIKA ZÁKAZNÍKA</b>	<b>PLÁN TRŽIEB</b>	<b>PODIEL</b>
<b>SEGMENT</b> ( <i>Rozdelenie demografie, geografie, nákupného správania...</i> )	( <i>Čím lepšie rozdelíte zákazníka, tým jednoduchšie a lacnejšie na neho zacielite a namotivujete k nákupu</i> )		%
<b>SEGMENT 1</b>			%
<b>SEGMENT 2</b>			%
<b>SEGMENT 3</b>			
<b>SEGMENT 4</b>			%
<b>POZNÁMKY</b>		<b>TRŽBY CELKOM</b>	

**PRODUKTY A SLUŽBY MARKETINGOVÉHO MIXU**

<b>PRODUKT/ SLUŽBA</b>	<b>ČASTI MARKETINGOVÉHO MIXU</b>	
	<b>PRODUKT</b>	<i>(Čím sa váš produkt líši od konkurencie? Prečo má zákazník nakupovať práve u vás?)</i>
	<b>MIESTO</b>	<i>(Distribučná stratégia – kde budete predávať, akých máte obchodných partnerov, predávate cez kamenné alebo iné predajne alebo online?)</i>
	<b>CENA</b>	<i>(Ako chcete nastaviť ceny, dobu splatnosti faktúr, a pod.?)</i>
	<b>PROPAGÁCIA</b>	<i>(Aké sú vaše komunikačné kanály so zákazníkom?)</i>
	<b>PRODUKT</b>	
	<b>MIESTO</b>	
	<b>CENA</b>	
	<b>PROPAGÁCIA</b>	
	<b>PRODUKT</b>	
	<b>MIESTO</b>	
	<b>CENA</b>	
	<b>PROPAGÁCIA</b>	
	<b>PRODUKT</b>	
	<b>MIESTO</b>	
	<b>CENA</b>	
	<b>PROPAGÁCIA</b>	

**ČIASTKOVÉ CIELE A STRATÉGIA** (Aké ciele chcete dosiahnuť?)

<b>CIEĽ</b> <i>(Očakávaný budúci stav, napríklad chcete predáť 2000 ks výrobkov mesačne)</i>	<b>STRATÉGIA</b> <i>(Ako ciele dosiahnete, aké propagačné nástroje použijete – pozrite si aj Akčný plán)</i>

AKČNÝ PLÁN - STRATÉGIA		
<b>AKTIVITA</b>	<b>Cieľ aktivity</b> ( <i>Akú akciu má zákazník urobiť?</i> )	
<b>Popis</b>		
<b>Segment trhu (Cieľový zákazník)</b>	<b>Rozpočet</b>	<b>Počet investovaných hodín</b>
		<b>Dátum</b>
<b>AKTIVITA</b>	<b>Cieľ aktivity</b>	
<b>Popis:</b>		
<b>Segment trhu:</b>	<b>Rozpočet:</b>	<b>Počet investovaných hodín</b>
		<b>Dátum</b>
<b>AKTIVITA</b>	<b>Cieľ aktivity:</b>	
<b>Popis:</b>		
<b>Segment trhu:</b>	<b>Rozpočet:</b>	<b>Počet investovaných hodín</b>
		<b>Dátum</b>
<b>AKTIVITA</b>	<b>Cieľ aktivity:</b>	
<b>Popis:</b>		
<b>Segment trhu:</b>	<b>Rozpočet:</b>	<b>Počet investovaných hodín</b>
		<b>Dátum</b>
<b>Rozpočet celkom:</b>		<b>Potrebných hodín celkom:</b>