

MARKETING PLAN

KLJUČNI DJELOVI PLANA:

1. Executive summary
2. Analiza situacije
3. Marketing strategija
4. Finansijske projekcije
5. Implementacija i kontrola plana

MARKETING PLAN

1. Executive summary (size plana)

MARKETING PLAN

2. Analiza situacije

2.1. Analiza okruženja (poglavlje 3)

- Demografsko
- Ekonomsko
- Sociokulturno
- Prirodo
- Tehnološko
- Političko - pravno

◆ 2.2. SWOT analiza

◆ 2.3. Analiza konkurencije

MARKETING PLAN

3. Ciljna tržišta (poglavljja 4,5,6 i 7)

- Geografski, demografski i bihevioralni profil
- Potrebe tržišta
- Tržišni trendovi
- Očekivani rast tržišta

MARKETING PLAN

KLJUČNI DJELOVI PLANA:

3. Marketing strategija (poglavlja 2., 4. i od 8. do 20.)

3.1. Marketing ciljevi

3.2. Finansijski ciljevi

3.2. Opis ciljnih tržišta

3.3. Pozicioniranje i Marketing miks

3.4. Marketing istraživanje

MARKETING PLAN

KLJUČNI DJELOVI PLANA:

3.5. Ključni faktori uspjeha

3.6. Kritična pitanja

MARKETING PLAN

KLJUČNI DJELOVI PLANA:

5. Implementacija i kontrola plana (poglavlja 2. 22.)
6. Procedure monitoring
7. Contingency planning / poglavlje 2.

MARKETING PLAN

KLJUČNI DJELOVI PLANA:

- 5. Implementacija i kontrola plana (poglavlja 2 i 22)
 - 5.3. Standardi performansi i finansijska kontrola
 - 5.4. Procedure monitoringa

MARKETING PLAN

KLJUČNI DJELOVI PLANA (Kotler):

5. Implementacija i kontrola plana (poglavlja 2 i 22)
 - 5.5. Contingency planing (poglavlje 2.)