

# Obsah

Předmluva	7
<b>1. Úvod: co je marketing</b>	<b>11</b>
1.1 Konkurenční výhoda – odlišení	14
1.2 Jak vytvořit a udržet konkurenční výhodu	18
1.3 Chování organizace uvnitř a navenek	19
1.4 Přidaná hodnota pro zákazníka	20
1.5 Zájmové strany	22
<b>2. Jak se vyvíjel pohled na marketing – koncepce marketingu</b>	<b>24</b>
2.1 Doba, kdy na trhu vládli výrobci	25
2.2 Zákazník na scéně	27
2.3 Jakou koncepci zvolit?	34
2.4 Další možné přístupy k marketingu	36
2.5 Trvalé učení v marketingu	41
2.6 Vývoj přístupu k marketingu v ČR	41
<b>3. Marketingový proces</b>	<b>46</b>
3.1 Charakteristiky trhu	48
3.2 Když je zákazníkem jednotlivec (B2C)	48
3.3 Když je zákazníkem organizace (B2B)	49
3.4 Využití marketingového procesu mimo klasický trh	51
<b>4. Marketingové průzkumy</b>	<b>54</b>
4.1 Kde vzít informace	56

4.2	Hledání již existujících informací (sekundární informace)	58
4.3	Zjišťování nových informací vlastním průzkumem (primární informace)	64
4.4	Spolehlivost informací z průzkumů	69
<b>5.</b>	<b>Strategický marketing</b>	<b>71</b>
5.1	Proč je strategický marketing důležitý	72
5.2	Co jsou zákaznické potřeby	75
5.3	Trh tvoří různé typy zákazníků (segmentace)	79
5.4	Na toto se zaměříme a tohle dělat nebudeme! (cílení – targeting)	97
5.5	Jak se odlišit? (pozice – positioning)	104
5.6	Značka – nástroj na „zhmotnění“ pozice	120
5.7	Shrnutí strategického marketingu	132
<b>6.</b>	<b>Taktický marketing</b>	<b>134</b>
6.1	Produktem není pouhý výrobek (Product)	137
6.2	Kolik je zákazník ochoten zaplatit – cena (Price)	143
6.3	Jak dostat nabídku k zákazníkům (Place)	148
6.4	Jak nás zákazník uslyší (Promotion)	152
6.5	Další aspekty nabídky (People, Processes...)	163
<b>7.</b>	<b>Měření marketingu a marketingový plán</b>	<b>165</b>
7.1	Marketing a prodej	165
7.2	Jak měřit výsledky marketingu – ukazatele	166
7.3	Marketingový plán	170
<b>8.</b>	<b>Marketing a lidé v organizaci</b>	<b>180</b>
8.1	Vliv marketingové koncepce na uspořádání organizace	180
8.2	Marketing jako proces	183
8.3	Zákaznická orientace a marketingová kultura organizace	190
<b>9.</b>	<b>Shrnutí – kde jsme a kam půjdeme</b>	<b>203</b>
	Seznam obrázků	205
	Seznam použité literatury	207