

# OBSAH

PREDSLOV .....	7
<b>1 ZÁKLADNÉ VÝCHODISKÁ A PRÍSTUPY K ODBYTOVEJ STRATÉGIÍ</b> .....	9
1.1 Podstata odbytovej stratégie podniku.....	9
1.2 Marketingové analýzy ako východisko odbytovej stratégie podniku... 11	
1.2.1 SWOT analýza ako metóda širokospektrálnej marketingovej analýzy .....	12
1.2.2 Prehľadujúce metódy marketingových analýz .....	16
1.3 Marketingový audit ako východisko odbytovej stratégie .....	19
1.4 Postup tvorby a ciele odbytovej stratégie.....	22
1.5 Klasifikácia odbytových stratégií.....	26
<b>2 ODBYTOVÉ STRATÉGIIE ZAMERANÉ NA ZÁKAZNÍKA</b> .....	31
2.1 Členenie zákazníkov podľa typov cieľových trhov .....	31
2.2 Kúpne správanie zákazníkov na spotrebiteľskom trhu .....	31
2.2.1 Charakteristika spotrebiteľského trhu.....	31
2.2.2 Faktory ovplyvňujúce kúpne správanie zákazníkov na spotrebiteľskom trhu .....	34
2.2.3 Typy kúpneho správania zákazníkov, kúpne rozhodovanie a jeho etapy .....	38
2.3 Kúpne správanie zákazníkov na trhoch výrobných spotrebiteľov .....	43
2.3.1 Členenie a charakteristika trhov výrobných spotrebiteľov .....	44
2.3.2 Priemyselný trh a jeho špecifiká .....	44
2.3.3 Obchodný trh a jeho špecifiká (trh sprostredkovateľov).....	59
2.3.4 Štátny trh a jeho špecifiká .....	62
2.4 Stratégie zamerané na zákazníka.....	66
2.4.1 Stratégie umiestňovania .....	67
2.4.2 Stratégie vzťahov so zákazníkmi .....	88
<b>3 ODBYTOVÉ STRATÉGIIE ZAMERANÉ NA KONKURENTOV</b> ....	115
3.1 Základné typy konkurenčných odbytových stratégií .....	115
3.1.1 Stratégia nákladového vodcovstva.....	116
3.1.2 Stratégia diferenciacie.....	120
3.1.3 Stratégia koncentrácie .....	124
3.2 Špecifické typy konkurenčných odbytových stratégií .....	128
3.2.1 Stratégie trhového podielu .....	128
3.2.2 Stratégie diferencované podľa trhovej pozície .....	141

3.2.3	Stratégie vychádzajúce z matice výrobok/trh .....	150
3.2.4	Niektoré ďalšie konkurenčné stratégie špecifických situácií ...	153
<b>4</b>	<b>ODBYTOVÉ STRATÉGIE ZAMERANÉ NA PRODUKT</b> .....	159
4.1	Odbytové stratégie podľa etáp životného cyklu produktu .....	160
4.2	Stratégie a proces vývoja nových produktov .....	162
4.3	Odbytové stratégie v etape uvedenia produktu .....	173
4.4	Odbytové stratégie ostatných etáp životného cyklu produktu .....	177
4.4.1	Odbytové stratégie v etape rastu .....	177
4.4.2	Odbytové stratégie v etape zrelosti .....	178
4.4.3	Odbytové stratégie v etape poklesu .....	181
<b>5</b>	<b>ODBYTOVÉ STRATÉGIE ZAMERANÉ NA MARKETINGOVÚ KOMUNIKÁCIU</b> .....	187
5.1	Podstata marketingovej komunikácie v rámci odbytovej stratégie.....	187
5.2	Stratégie prvkov marketingovej komunikácie .....	192
5.2.1	Stratégia reklamy .....	195
5.2.2	Stratégia podpory predaja .....	200
5.2.3	Stratégia public relations.....	204
5.2.4	Stratégia osobného predaja .....	209
5.2.5	Stratégia priameho marketingu .....	212
5.2.6	Stratégie špecifických prvkov/foriem marketingovej komunikácie .....	220
5.3	Iné prístupy k stratégii marketingovej komunikácie.....	228
5.3.1	Marketingové komunikačné stratégie diferencované podľa spôsobu vytvárania dopytu.....	228
5.3.2	Marketingové komunikačné stratégie diferencované podľa obsahového zamerania .....	229
5.3.3	Marketingové komunikačné stratégie diferencované podľa cieľov komunikácie.....	232
5.4	Tvorba a hodnotenie stratégie marketingovej komunikácie .....	234
5.4.1	Špecifiká situačnej analýzy pre potreby stratégie marketingovej komunikácie .....	235
5.4.2	Určovanie cieľov stratégie marketingovej komunikácie .....	238
5.4.3	Rozhodovanie o komunikovanej správe .....	241
5.4.4	Rozhodovanie o komunikačnom mixe.....	244
5.4.5	Tvorba rozpočtu a hodnotenie stratégie marketingovej komunikácie .....	249
<b>6</b>	<b>ODBYTOVÉ STRATÉGIE ZAMERANÉ NA DISTRIBÚCIU</b> .....	259
6.1	Rozhodovanie o distribučných systémoch .....	260
6.2	Organizácia a trendy vývoja distribučných systémov.....	266
6.3	Distribučné stratégie.....	271
	<b>LITERATÚRA</b> .....	277