

AUDIT MARKETINGU

*Skoková zmena výkonnosti sa nedosahuje znižovaním nákladov, ani tvrdšou prácou, ani prepúšťaním ľudí, ani zmenami produktov, ale nekonvenčnými nápadmi v oblasti predaja a marketingu.
Eliyahu M. Goldratt*

KONZULTANTKA

RNDr. Marta Krajčiová
konzultantka Business Process Management
Křížna 20, 811 07 Bratislava
mobil: +421 911 556 331
e-mail: mail@krajciova.sk
web: www.krajciova.sk
blog: martakrajciova.blogspot.com
blog: martaknihy.blogspot.com
blog: martaznalosti.blogspot.com



ÚČASTNÍCI AUDITU

Vrcholoví manažéri, riaditelia, marketingoví manažéri.

POSTUP

1. Audit marketingového prostredia
 - STEEP analýza
 - Analýza trhu
2. Audit marketingovej stratégie
 - Analýza poslania a hodnôt organizácie
3. Audit marketingovej organizácie
 - Audit značky organizácie
 - Analýza interných informácií
 - Analýza internej komunikácie
4. Audit marketingových systémov
 - Analýza informačných systémov
5. Audit marketingových funkcií
 - Analýza skupín produktov
 - Analýza skupín zákazníkov
 - Analýza trhových segmentov
 - Analýzy marketingového mixu
 - Analýza cenových stratégií pre jednotlivé skupiny produktov
 - Analýza distribučných kanálov pre jednotlivé skupiny produktov
 - Analýza existujúcich komunikačných prostriedkov
 - Analýza vzťahov so zákazníkmi
 - Analýza merania spokojnosti zákazníkov
6. Audit marketingovej produktivity
 - Vytvorenie BSM pre trhové segmenty
 - Výpočet výnosnosti predaja
 - Uplatnenie Paretovho pravidla 80/20 pre zistenie najziskovejších trhových segmentov
 - Analýza životného cyklu skupín produktov
 - Analýza bodu zvratu skupín produktov

VÝSTUPY

- Správa z auditu

METÓDY

- Business Process Management

REFERENCIE

- Eurofinancie Group, s.r.o. Dunajská Lužná
- Informačné centrum podnikateľov, s.r.o. Žilina
- KOVOTVAR, v.d. Kúty