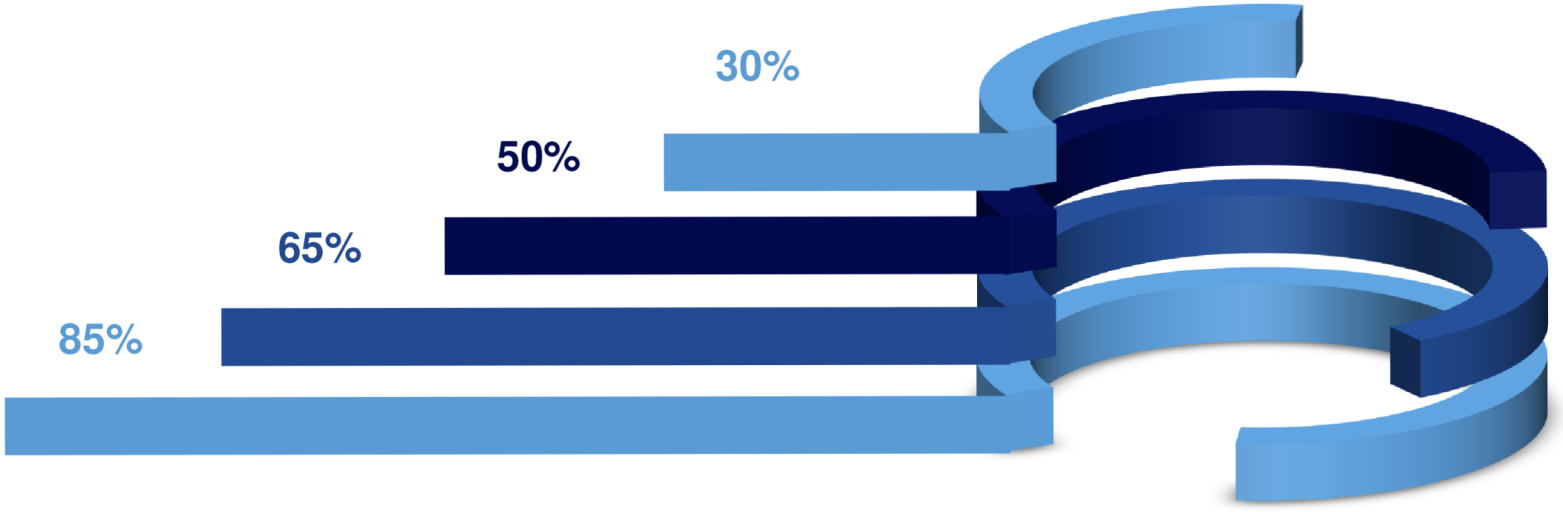
Infographic Style



Contents Title

Get a modern PowerPoint Presentation that is beautifully designed. I hope and I believe that this Template will your Time.

Contents Title

Get a modern PowerPoint Presentation that is beautifully designed. I hope and I believe that this Template will your Time.

Contents Title

Get a modern PowerPoint Presentation that is beautifully designed. I hope and I believe that this Template will your Time.

Contents Title

Get a modern PowerPoint Presentation that is beautifully designed. I hope and I believe that this Template will your Time.

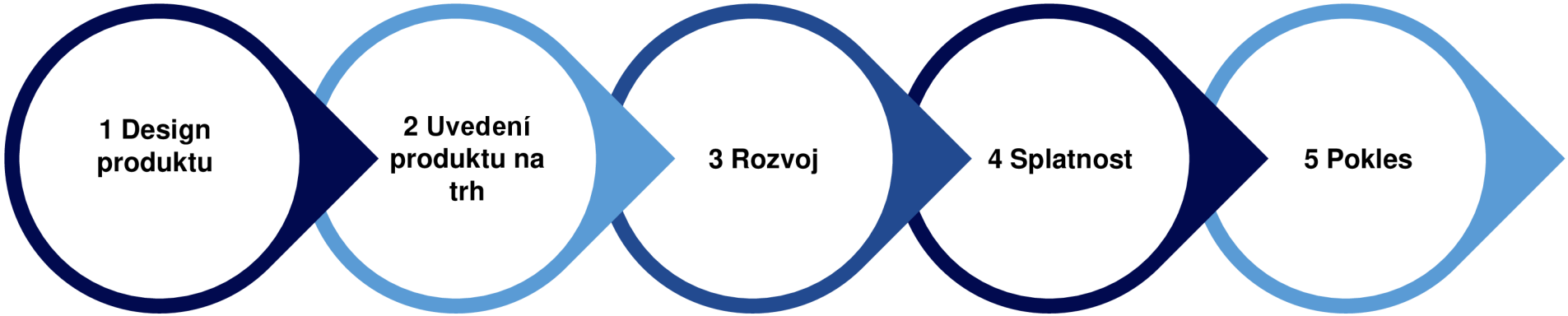
Tato fáze je charakterizována ztrátami souvisejícími s náklady na vytvoření produktu (tzv. Investice). Tato fáze zahrnuje nejen tvorbu produktu, ale také plánování celého marketingu (propagační strategie, ceny, distribuce).

Rostou tržby, zaměřují se na to marketingové aktivity společnosti a roste význam distribuce a propagace. Jedná se o klíčovou fázi, ve které by si měl výrobek najít svoji pozici na trhu, pokud taková situace nenastane, je pravděpodobné, že nezná své příjemce.

K této fázi dochází buď rychle, nebo postupně. Znatelně klesá zájem o produkt a nižší zisk. Snižuje se také počet soutěží. Další vývoj situace do značné míry závisí na rozhodnutí výrobce. Je možné provádět marketingové aktivity, které umožní návrat do předchozí fáze. Pokud však další uchování produktu na trhu není ziskové nebo vyžaduje další finanční výdaje, je rozhodnuto o zastavení výroby.

Výrobce musí k nákupu produktu přesvědčit potenciální nákupy. Pro komunikaci s kupujícím, že takový produkt existuje, jsou zapotřebí velké finanční výdaje na reklamu a propagaci. Aby bylo možné agresivně zaujmout pozici na trhu, musí být společnost dekódována

Navzdory existenci nebo uvedení podobných produktů na trh prodej stále roste. V této fázi je možné dosáhnout vysokých zisků, ale mohou být výsledkem pouze šikovně aplikované propagace (změny balení, snížení ceny, doplňkové služby). Je také důležité hledat nové kupce. Pokud dojde k znatelnému poklesu prodeje, měl by být zahájen proces inovace produktu.



Tato fáze je charakterizována ztrátami souvisejícími s náklady na vytvoření produktu (tzv. Investice). Tato fáze zahrnuje nejen tvorbu produktu, ale také plánování celého marketingu (propagační strategie, ceny, distribuce).

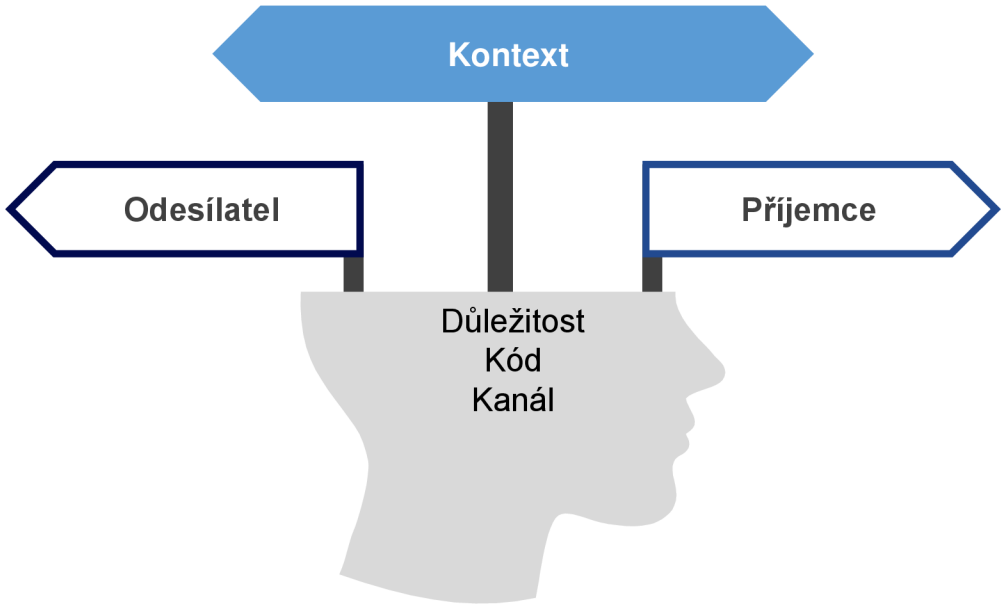
Výrobce musí k nákupu produktu přesvědčit potenciální nákupy. Pro komunikaci s kupujícím, že takový produkt existuje, jsou zapotřebí velké finanční výdaje na reklamu a propagaci. Aby bylo možné agresivně zaujmout pozici na trhu, musí být společnost dekódována

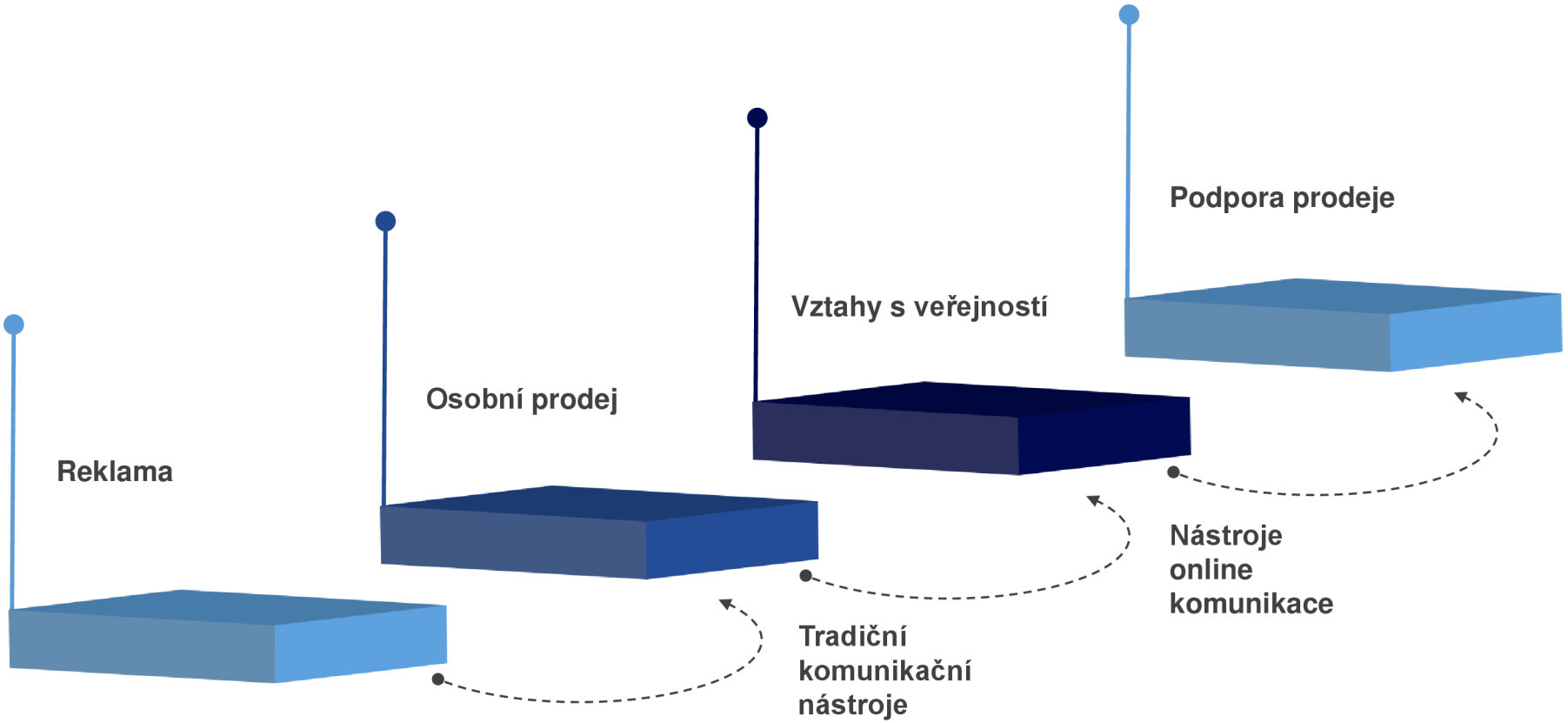
Rostou tržby, zaměřují se na to marketingové aktivity společnosti a roste význam distribuce a propagace. Jedná se o klíčovou fázi, ve které by si měl výrobek najít svoji pozici na trhu, pokud taková situace nenastane, je pravděpodobné, že nezná své příjemce.

Navzdory existenci nebo uvedení podobných produktů na trh prodej stále roste. V této fázi je možné dosáhnout vysokých zisků, ale mohou být výsledkem pouze šikovně aplikované propagace (změny balení, snížení ceny, doplňkové služby). Je také důležité hledat nové kupce. Pokud dojde k znatelnému poklesu prodeje, měl by být zahájen proces inovace produktu.

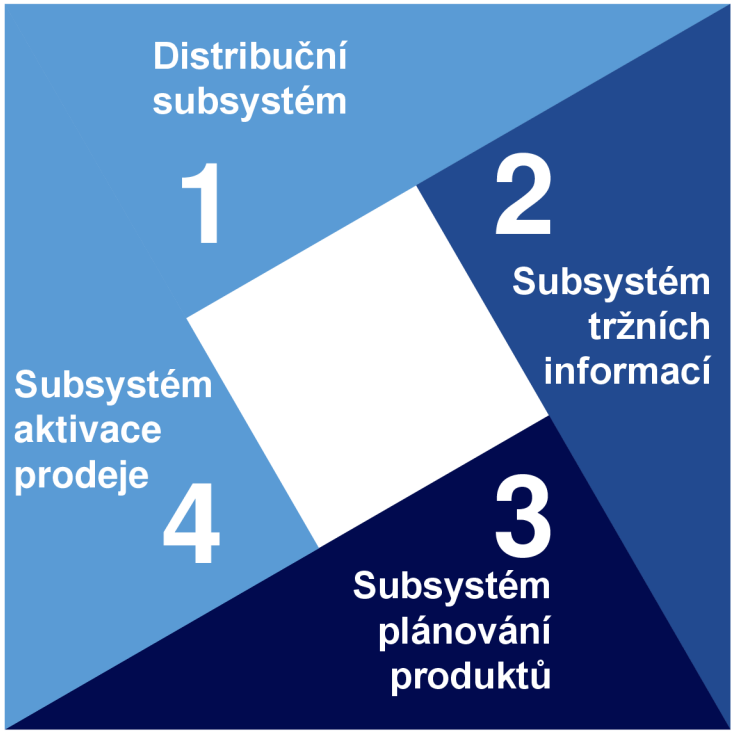
K této fázi dochází buď rychle, nebo postupně. Znatelně klesá zájem o produkt a nižší zisk. Snižuje se také počet soutěží. Další vývoj situace do značné míry závisí na rozhodnutí výrobce. Je možné provádět marketingové aktivity, které umožní návrat do předchozí fáze. Pokud však další uchování produktu na trhu není ziskové nebo vyžaduje další finanční výdaje, je rozhodnuto o zastavení výroby.

Infographic Style




Podpora prodeje
Vztahy s veřejností
Osobní prodej
Reklama
Nástroje
online
komunikace
Tradiční
komunikační
nástroje

Infographic Style

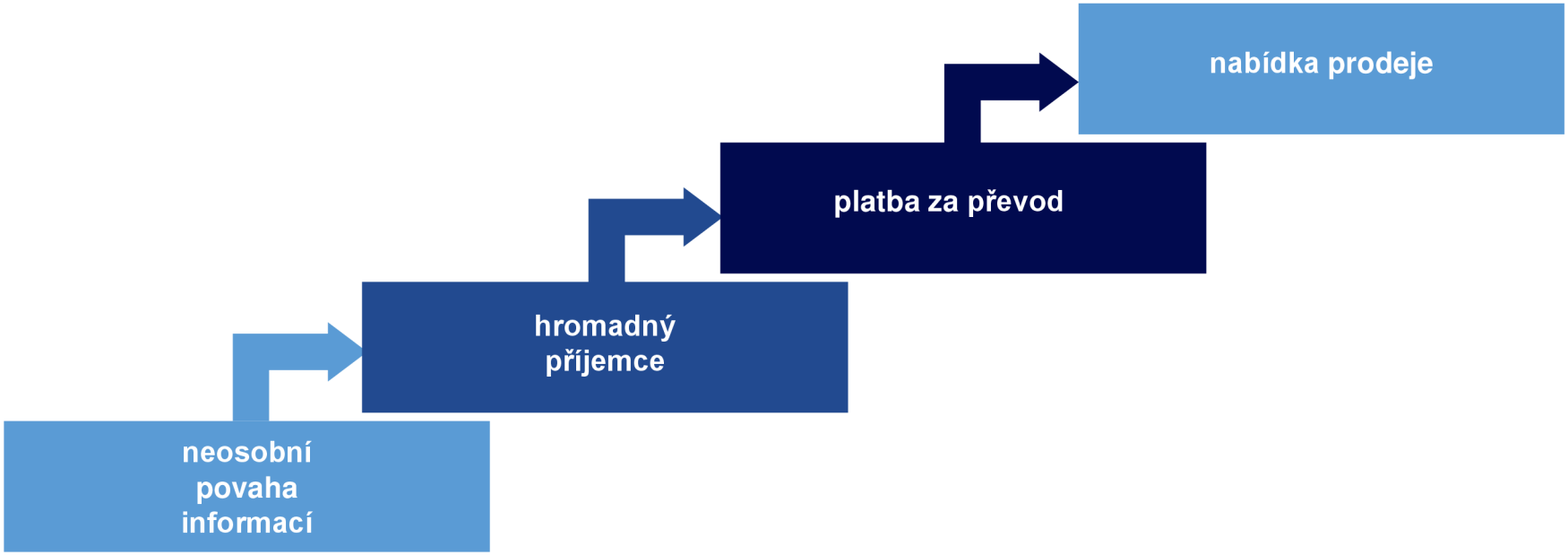


1
- Prodejní systém
- Distribuční kanál

2
- Průzkum trhu
- Rozdělení trhu

3
- Zboží
- Balíček
- Tovární symbol

4
- Spolupráce se spotřebiteli
- Zahájení prodeje

Infographic Style

Infographic Style