

## OBSAH

1. POZNAJ SVOJ PRODUKT .....	5
1.1 Vybrané teoretické definovanie .....	5
1.2 Konkretizácia úloh pre vypracovanie .....	7
2. KTO JE ZÁKAZNÍKOM PRE TENTO PRODUKT .....	11
2.1 Vybrané teoretické definovanie .....	11
2.2 Konkretizácia úloh pre vypracovanie .....	13
3. Ako, kde a akým spôsobom sa zákazníci o produkte dozvedia .....	15
3.1 Vybrané teoretické definovanie .....	15
3.2 Konkretizácia úloh pre vypracovanie .....	17
4. Ako sa daný produkt dostane k zákazníkom .....	19
4.1 Vybrané teoretické definovanie .....	19
4.2 Konkretizácia úloh pre vypracovanie .....	20
5. Koľko daný produkt stojí a prečo to tak je .....	22
5.1 Vybrané teoretické definovanie .....	22
5.2 Konkretizácia úloh pre vypracovanie .....	24
6. Aké iné príležitosti, hrozby alebo obmedzenia existujú na danom trhu .....	26
6.1 Vybrané teoretické definovanie .....	26
6.2 Konkretizácia úloh pre vypracovanie .....	27
7. Kto je konkurenciou daného produktu .....	29
7.1 Vybrané teoretické definovanie .....	29
7.2 Konkretizácia úloh pre vypracovanie .....	31
8. Strategické zhodnotenie .....	35
8.1 Vybrané teoretické definovanie .....	35
8.2 Konkretizácia úloh pre vypracovanie .....	40
Zoznam literatúry .....	47