Č.j.: TACR/1-24/2019 **Program TREND – Vzorová osnova marketingové studie**Cíl – Prokázat účelnost řešení a uplatnění výstupů projektu na trhu

Tento dokument je možné stáhnout v ISTA v editovatelném formátu.

(**Upozornění**: Toto je vzorová osnova marketingové studie, která je povinnou součástí povinné přílohy návrhu projektu Doložení uplatnění výsledků. Osnovu přizpůsobte charakteru projektu a jeho výsledků (výstupů). Na rozdíl od osnovy návrhu projektu (viz příloha č. 1), která je stanovena závazně, osnova marketingové studie je uvedena jako doporučující a je možno zvolit strukturu odlišnou, pokud
to vyžaduje charakter a plánované využití výsledků projektu.

1. **Podnikatelská strategie**
* základní orientace výstupů projektu na produkty nebo služby
* podpora strategie a tržní pozice podniku výstupy projektu
* míra orientace na trh ČR a export
1. **Analýza tržních příležitostí**
* cílové trhy pro produkci podniku využívající výstupy projektu
* hlavní skupiny/představitelé zákazníků (MSP, firmy, instituce, města a obce…)
* zdůvodnění potřeby výstupů projektu pro zákazníky
1. **Situace na trhu a prognóza poptávky**
* hlavní konkurenti na trhu v ČR
* hlavní konkurenti v zahraničí
* současné postavení/podíl na trhu v ČR a zahraničí
* možnosti uplatnění na zahraničních trzích
* hodnocení aktuální a budoucí pozice na trhu v porovnání s konkurencí
* očekávaný vývoj poptávky pro produkci podniku využívající výstupy projektu
1. **Konkurenční faktory podporující tržní uplatnění**
* porovnání technických parametrů s konkurencí
* porovnání cenových parametrů s konkurencí
* přidaná hodnota pro zákazníka oproti konkurenci
1. **Produktová strategie**
* charakter produktu/služby a přínosy z pohledu užití zákazníkem
* možnost přizpůsobení produktu/služby potřebám zákazníka
* systémová a technická podpora
* servisní zabezpečení
1. **Cenová úroveň v době realizace**
* stanovení ceny a cenová strategie
* jednotková/průměrná cena produktu nebo služby
* porovnání ceny s konkurencí v ČR a zahraničí
* předpokládaný vývoj cenové úrovně v čase
1. **Prodej a jeho podpora**
* orientace na zákazníka a jeho potřeby
* způsob prodeje koncovému zákazníkovi
* charakteristika partnerů pro distribuci (pokud budou využiti)
* komunikace se zákazníkem
* technická podpora prodeje
* informační podpora prodeje
1. **Prodej výstupů projektu**
* hlavní skupiny/představitelé zákazníků (MSP, firmy, instituce, města a obce…)
* předpokládaný vývoj počtu/objemu prodeje a tržeb s využitím výstupu projektu
v produktech/službách podniku
* stručný komentář ke struktuře a vývoji prodeje

|  |
| --- |
| **Prodej a tržby s užitím výsledků projektu[[1]](#footnote-1)** |
| **Skupina zákazníků** | **jednotka** | **2021** | **2022** | **2023** | **2024** | **2025** |
| **1.** | počet |  |  |  |  |  |
| **2.** | počet |  |  |  |  |  |
| **3.** | počet |  |  |  |  |  |
|  | počet |  |  |  |  |  |
| **Prodejů celkem** | počet |  |  |  |  |  |
| **Cena jednotková / průměrná** | tis. Kč |  |  |  |  |  |
| **Tržby s užitím výsledků projektu** | tis. Kč |  |  |  |  |  |

1. **Ekonomické přínosy prodeje výstupů projektu**
* předpokládaný vývoj ekonomických přínosů v čase
* ekonomická návratnost nákladů vynaložených na projekt
* stručný komentář ke struktuře a vývoji ekonomických přínosů projektu

|  |
| --- |
| **Ekonomické přínosy projektu[[2]](#footnote-2)** |
| **Ukazatel** | **jednotka** | **2021** | **2022** | **2023** | **2024** | **2025** |
| **Tržby s užitím výsledků projektu** | tis. Kč |  |  |  |  |  |
| **Zisk** | tis. Kč |  |  |  |  |  |
| **Export** | tis. Kč |  |  |  |  |  |
| **Celkové tržby podniku** | tis. Kč |  |  |  |  |  |
| **Podíl tržeb s užitím výsledků projektu na celkových tržbách** | % |  |  |  |  |  |
| **Nová pracovní místa** | počet |  |  |  |  |  |

1. **Souhrnné informace a hodnocení tržního potenciálu výstupů projektu**
* stručný přehled hlavních informací podle jednotlivých kapitol, které zásadním způsobem dokumentují účelnost a efektivitu tržního uplatnění výstupů projektu
1. **Hlavní partneři a budoucí zákazníci pro tržní uplatnění výstupů projektu (pokud
je relevantní)**
* přehled hlavních stávajících obchodních partnerů / zákazníků
* přehled oslovených budoucích zákazníků s uvedením způsobu oslovení
* přehled dopisů s projevením zájmu
1. roky přizpůsobte podle plánovaného termínu ukončení projektu – jde o pět navazujících kalendářních roků [↑](#footnote-ref-1)
2. roky přizpůsobte podle plánovaného termínu ukončení projektu – jde o pět navazujících kalendářních roků [↑](#footnote-ref-2)