**Vzorová osnova marketingové studie**

 **4. veřejná soutěž program TREND, podprogram 2**

**Cíl:** **Prokázat účelnost řešení a uplatnění výstupů projektu na trhu.**

**Upozornění:**

Toto je vzorová osnova marketingové studie, která musí být součástí povinné přílohy návrhu projektu Doložení uplatnění výsledků (příloha č. 2 Zadávací dokumentace). Osnovu přizpůsobte charakteru projektu a jeho výsledků (výstupů). Na rozdíl od osnovy Představení návrhu projektu (příloha č. 1 Zadávací dokumentace), která je stanovena závazně, osnova marketingové studie je uvedena jako doporučující a je možné zvolit strukturu odlišnou, pokud to vyžaduje charakter a plánované využití výsledků projektu.

**Tento dokument je přílohou č. 2 Zadávací dokumentace. Je možné ho stáhnout v ISTA v editovatelném formátu.**

**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

**2. 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

**3. 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

**4. Konkurenční faktory podporující tržní uplatnění**

* porovnání technických parametrů s konkurencí
* porovnání cenových parametrů s konkurencí
* přidaná hodnota pro zákazníka oproti konkurenci

**5. Produktová strategie**

* charakter produktu/služby a přínosy z pohledu užití zákazníkem
* možnost přizpůsobení produktu/služby potřebám zákazníka
* systémová a technická podpora
* servisní zabezpečení

**6. 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

**7. 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

**8. 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** | **2022** | **2023** | **2024** | **2025** | **2026** |
| **1.** | počet |  |  |  |  |  |
| **2.** | počet |  |  |  |  |  |
| **3.** | počet |  |  |  |  |  |
|  | počet |  |  |  |  |  |
| **Prodejů celkem** | počet |  |  |  |  |  |
| **Cena jednotková/průměrná**  | tis. Kč |  |  |  |  |  |
| **Tržby s užitím výsledků projektu** | tis. Kč |  |  |  |  |  |

**9. 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** | **2022** | **2023** | **2024** | **2025** | **2026** |
| **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 |  |  |  |  |  |

**10. 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

**11. 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)