



VYHODNOCENÍ SWOT

**VĚNUJTE POZORNOST
I NEOBODOVANÝM POLOŽKÁM**

LIDÉ TO PROSTĚ MAJÍ “V HLAVĚ”

JE DOBRÉ BÝT V JEJICH REALITĚ

NEDOROZUMĚNÍ...

POCHOPENÍ

OVĚŘENÍ



SILNÉ STRÁNKY

		1 x	3 x	Σ	
1	poměr cena/výkon	3	5	18 bodů	24 %
17	jedinečné produkty (vzhledem k ceně)	5	2	11 bodů	15 %
3	jedna baterie do všech	2	2	8 bodů	11 %
16	šíře sortimentu	7		7 bodů	9 %
18	dobrá marže pro prodejce	1	1	4 bodů	5 %
7	rychlé řešení reklamací	4		4 bodů	5 %
19	sortiment příslušenství	4		4 bodů	5 %
9	rychlé dodání zboží		1	3 bodů	4 %
10	prodej jen přes odborníky		1	3 bodů	4 %
13	nemáme low cost	2		2 bodů	3 %
20	český vývoj + design	2		2 bodů	3 %
21	nasloucháme požadavkům partnerů	2		2 bodů	3 %
26	dostupnost zboží - skladové zásoby	2		2 bodů	3 %
4	ergonomie	1	1	2 bodů	3 %
15	odlišný design, výrobek i obal	1		1 bodů	1 %
23	prodejní síť	1		1 bodů	1 %
28	dobré reference	1		1 bodů	1 %

DOPORUČENÍ SILNÉ STRÁNKY

**JEDINEČNÉ PRODUKTY A POMĚR CENA/VÝKON.
POKUD TYTO BENEFITY VYJDOU I VE VÝZKUMU, DOPORUČUJEME
Z NICH UDĚLAT HLAVNÍ KOMUNIKAČNÍ LINII.**

**DALŠÍ ZAJÍMAVÉ KOMUNIKAČNÍ TÉMA JE:
JEDNA BATERIE PRO VŠECHNO
(V KOMUNIKACI SE OBJEVUJE “1 AKUMULÁTOR”, ALE ZDÁ SE NÁM
TO NESROZUMITELNÉ)**

DOPORUČENÍ SILNÉ STRÁNKY

**BENEFIT “JEDEN AKU PRO VŠECHNO” SE MŮŽE HNED A BEZ
VELKÝCH NÁKLADŮ KOMUNIKOVAT V MÍSTĚ PRODEJE.**

SLABÉ STRÁNKY

		1 x	3 x	Σ	
7	neznalost značky XT Line	4	5	19 bodů	24 %
22	nelze reklamace výměnou	7	3	16 bodů	21 %
2	slabá šíře sortimentu	2	3	11 bodů	14 %
14	chybí dražší sortiment	5	1	8 bodů	10 %
12	není uvedeno příslušenství na obalu	4	1	7 bodů	9 %
5	chybí školení prodejců + obchodních zástupců	6		6 bodů	8 %
27	místo prodje	3		3 bodů	4 %
4	slabá zpětná vazba z prodejen	2		2 bodů	3 %
11	nejednotné neatraktivní obaly	2		2 bodů	3 %
1	vadný výrobek se dostane k zákazníkovi	1		1 bodů	1 %
16	není jasná záruční doba	1		1 bodů	1 %
20	chyby v návodech	1		1 bodů	1 %
24	kvalita opravy výstupní kontrola	1		1 bodů	1 %

DOPORUČENÍ SLABÉ STRÁNKY

ZÁSADNÍ JE MALÁ ZNALOST ZNAČKY.

**VŠUDE KDE JE TO MOŽNÉ DOPORUČUJEME VÝRAZNOU
A SJEDNOCENOU KOMUNIKACI BRANDU A BENEFITŮ.**

BRAND MANAGER

PŘÍLEŽITOSTI

		1 x	3 x	Σ	
18	demonáradí + ukázky	2	4	14 bodů	17 %
4	zaškolení / produktové školení	3	2	9 bodů	11 %
7	neprodávat problémové výrobky	6	1	9 bodů	11 %
24	vlastní servis	6	1	9 bodů	11 %
16	pomoc prodejcům s propagací (navigace na billboardech)	2	2	8 bodů	10 %
10	zlepšit komunikaci	1	2	7 bodů	8 %
22	registrace výrobků/záruka + bonus program	7		7 bodů	8 %
15	vytvořit bonusový program	3	1	6 bodů	7 %
2	zlepšit návody (video) - zjednodušit, přehlednost	2	1	5 bodů	6 %
1	vlastní doprava	3		3 bodů	4 %
12	komunikace servisu s klientem	1		1 bodů	1 %
13	vytěžit předváděcí akce	1		1 bodů	1 %
14	komunikovat o ceně s prodejci	1		1 bodů	1 %
19	inspirace u prodejce (produkty)	1		1 bodů	1 %
21	motivovat ke kartonového odběru	1		1 bodů	1 %
25	místo prodeje - lepší	1		1 bodů	1 %
27	sbírat a vytěžovat reference	1		1 bodů	1 %

DOPORUČENÍ PŘÍLEŽITOSTI

NEJSILNĚJŠÍ PŘÍLEŽITOST: DEMO NÁŘADÍ NA PRODEJNĚ

**SKVĚLÁ PŘÍLEŽITOST KE KOMUNIKACI BRANDU.
JE NUTNÉ TO NÁLEŽITĚ VYTĚŽIT V KOMUNIKACI:**

**“PŘIJĎTE SI VYZKOUŠET NÁŘADÍ XT LINE PŘÍMO
NA PRODEJNU XY”**

(PŘÍLEŽITOST K PODPOŘENÍ PARTNERSKÉ PRODEJNY)

DALŠÍ DOPORUČENÍ

**JAKO BARIÉRU CÍTÍME I NEPOCHOPENÍ, CO VLASTNĚ
ZNAMENÁ XT LINE.**

JE NUTNÉ POPSAT HODNOTY A ÚČEL ZNAČKY

VELKÝ POTENCIÁL MÁ KOMUNIKACE V MÍSTĚ PRODEJE

IDEÁLNÍ ZÁKAZNÍK

IDEÁLNÍ ZÁKAZNÍK

NÁZEV TEAMU:

MOTTO: ZLATÉ ČESKÉ RUČIČKY

Bohdas 48 let

Děmeslník

- všemu rozumí
- všechno opraví
- všude byl

ŽIVNOSTNÍK MA' RÁDO



- spolehlivý
- pořádek
- kvalita
- nízká cena

JE ROZVEDENÝ

- hodně pracuje
- má smysl pro detail
- šetrný
- dílna je jeho chrám

- 3 děti

KONÍČKY:

- šípky, kolo, lyže

PLAT:

10 000,-



TVORÍME LEADERY TRHU

- DOVOLENA - LETY - CHOVANÍ (S DĚTI)
- V ZIMĚ - NOHY KAKONOS

Bývalá žena Olga



* PŘÍJEMNÍ DŮM
KŮSTAL OZE
CZECHPROMOTION

NAKUPUJE U HEJDUČEK,
KDE MU VŽDY PORADÍ

IDEÁLNÍ ZÁKAZNÍK

KLIENT:

1. OZ

NÁZEV TEAMU:

Jiří 43

95kg

180 cm

dobrotná

Patnot

plat 40 000,-
větší



odvážlivý v děle



CZECHPROMOTION

TVORÍME LEADERY TRHU

IDEÁLNÍ ZÁKAZNÍK

Odmítám
ze sebe dělat něco,
co nejsem

KLIENT:

XT LINE

NÁZEV TEAMU:

4 PROJEKTY

VIP

trend

optimista,

Silonky
mi nesluší



VÁČEK (40 let)
ŘEMESLNÍK
VÍDELA 40+ let



SVAZÍ SE VŠE OPAKOVAT
KOUKA NA VIDEOVÝVOZ



CHODÍ DO HOŠŤADY



Sexy

CZECHPROMOTION

TVORÍME LEADERY TRHU

IDEÁLNÍ ZÁKAZNÍK

KLIENT:

NÁZEV TEAMU:

JARDA 45 let

JE ŘEMESLNÍK - TESAŘ
POMŮR



BÝDLÍ NA VESNÍ VE KASTELNÉM
DOMĚ. MÁ DVA SYNY, KTERÍ POKRAČUJÍ
V OTCOVĚ ŘEMESLĚ. "RODINNÁ FIRMA"



MAJÍ VELKOU ZAHRADU
S BAZÉNEM.
S MANŽELKOU HLEDÁJÍ INSPIRACI



JARDA NEKUPUJE NA INTERNETU, VŠE
TO NECHCE UČIT, ALE SVOJE DĚTI NA
INTERNETU SE HRÁVĚ POHYBUJÍ

JARDA JE LOAJÁLNÍ K LOJÁLNÍMU
PRODEJCI A VĚŘÍ MU

JARDA MÁ HODNĚ PRÁCE A NETRPÍ NEDOSTATKEM
FINANCÍ, ANIŽ ZHODNOUTE VÝHODNĚ

POSLEDNÍ
BLACK FRIDAY

JARDA OPLATÍ MANŽELCE PIVEČ PIVO.
JANA SÍ RÁDĚJÍ DÁ KVALITNÍ DĚLS



JANA

CZECHPROMOTION

TVORÍME LEADERY TRHU

DALŠÍ KROKY

POPSAT HODNOTY ZNAČKY XT LINE

VÝZKUM – SPOLUTVORBA

BENEFIT KONCEPTY

MÍSTO PRODEJE

DALŠÍ KROKY – VÝZKUM



DALŠÍ KROKY – PRODEJNY

XT*line*



VŠE NA JEDEN KOMPATIBILNÍ AKUMULÁTOR



 AKU NÁŘADÍ

 ELEKTRO NÁŘADÍ

XT*line*

VŠE NA JEDEN KOMPATIBILNÍ AKUMULÁTOR



XTline

NÁŘADÍ

