MarketingPPC

CHECKLIST
MARKETINGOVÉHO ROZPOČTU

- [ ] **V ROZPOČTU MÁM PRIMÁRNĚ ZAHRNUTÉ OVĚŘENÉ A VÝKONNÉ KANÁLY**
  které zajišťují splnění požadovaného cíle (obrat, počet zákazníků…)
- [ ] **ČÁSTKY UVEDENÉ V ROZPOČTU JSOU REÁLNÉ**
  ověřil jsem si je
- [ ] **ROZPOČET REFLEKTUJE TRENDY**
  mého odvětví - sezónní a obdobné
- [ ] **V ROZPOČTU MÁM ZAHRNUTÉ NÁKLADY NA MIMOŘÁDNÉ AKCE**
  např. uvedení nového produktu na trh si vyžádá speciální část v rozpočtu
- [ ] **V ROZPOČTU MÁM MENŠÍ ČÁSTKU VYHRAZENOU NA EXPERIMENTOVÁNÍ**
  a nové formy marketingu, které jsme ještě nezkoušeli
- [ ] **V ROZPOČTU MÁM ZAHRNUTÉ NÁKLADY NA PRŮBĚŽNÝ BRANDING**
- [ ] **V ROZPOČTU MÁM ZAHRNUTÉ I REŽIE**
  ať už v jednotlivých kanálech nebo jako samostatnou položku rozpočtu
- [ ] **V ROZPOČTU MÁM ZAHRNUTÉ NÁKLADY NA EXTERNÍ SPOLUPRÁCI**
- [ ] **V ROZPOČTU MÁM I NÁKLADY NAPŘ. NA AI, AUTOMATIZACI..**
  které mi ušetří čas i finance do budoucna
- [ ] **V ROZPOČTU NEFIGURUJÍ NEKVALITNÍ KANÁLY**
  u kterých je výsledek dlouhodobě podprůměrný a obdobný „balast“
- [ ] **V ROZPOČTU SE SÁM VYZNÁM**
  nejsou zde žádné nejasné nebo zavádějící položky
- [ ] **ROZPOČET JSEM ZNOVU ZKONTROLOVAL**
  byl jsem dostatečně kritický a zodpovědně můžu říct, že se jedná o kvalitní podklady, se kterými se mi bude dobře pracovat