Cíl

Mission statement (o co firma usiluje)

USP (unique selling point, čím vynikáme nad konkurencí)

SWOT analýza (Strenght, weakneses, opportunities, threats)

* Co nám opravdu jde
* co můžeme zlepšit
* jak můžeme vyrůst, změnit se a zdokonalit
* co by se na trhu muselo stát, aby to na nás mělo negativní dopad

Analýza konkurence

* vyhledávání - konkurence
* klíčová slova
* sdělení a styl komunikace
* přihlásit se k odběru

KPI (klíčový ukazatel výkonu, nakolik se blížíme plnění cílů)

* musí být:
  + konkrétní
  + měřitelné
  + dosažitelné
  + relevantní
  + časově vymezené
* SMART princip