
SADRŽAJ

Zahvale ix

O autorima xi

Predgovor xiii

Predgovor drugom izdanju xv

1

UVOD 1

2

UDJEL U SRCIMA, UMOVIMA I TRŽIŠTIMA 27

3

MARŽE I DOBITI 65

4

UPRAVLJANJE PROIZVODOM I PORTFELJEM 111

5

PROFITABILNOST POSLOVANJA S KUPCEM 155

6

PRODAJNO OSOBLJE I UPRAVLJANJE
PRODAJNIM KANALOM 183

7

STRATEGIJA ODREĐIVANJA CIJENA 221

8

PROMOTIVNA PONUDA 265

9

OGLAŠAVANJE U MEDIJIMA I WEB-METRIKE 289

10

MARKETING I FINANCIJE 339

11

RENDGENSKI SNIMAK MARKETINŠKIH METRIKA 359

12

SUSTAV METRIKA 371

DODATAK A

ANKETA O TOME KAKO RUKOVODITELJI KORISTE
METRIKE 387

Literatura 395

Bilješke 399

Kazalo 407

O autorima 418