

1: obchodní zastoupení s lidskou tváří pro firmy, které chtějí prodávat ne jen nabízet.

2: české výrobní firmy jsou schopny efektivně vyrábět kvalitní výrobky, ale jen málo těchto firem je schopna efektivně prodávat organizovat své obchodní zástupce (zaměřují se na volnou poptávku, konkurenti dělají totéž a vzniká tak nelítostný konkurenční boj). PM spojuje výrobní proces s prodejem a vytváří nový tržní prostor pro výrobky.

3: vstup zahraničních firem na český trh, analýza trhu, nabídka vhodných partnerů, vytvoření základního obratu, ukotvení trhu.