

Marketing

Marketing

- metoda řízení, která se zaměřuje na potřeby zákazníků
- každý výrobek je totiž určen jiné cílové skupině (cílová skupina zákazníků se označuje jako **segment trhu**)



- nestačí pouze výrobek vyrobit, je také třeba přesvědčit zákazníka, že ho potřebuje (a že koupí tohoto výrobku své potřeby uspokojí lépe než v případě konkurence)



Marketing má čtyři nástroje

- 4P = produkt
prodejní cena
přemísťování (distribuce)
propagace (reklama)

Průzkum trhu

- ještě než se rozhodneme něco vyrábět, je nutné provést **průzkum trhu**
- zjišťujeme informace o samotných produktech (jaké jsou podobné produkty na trhu, co na nich zákazníci oceňují, co jim naopak chybí)
- dále **o konkurenci**
- **o spotřebitelích** (kdo kupuje tento typ produkty, proč, kde, kdy)
- **o cenách**

Produkt

- produkt nezahrnuje pouze samotný výrobek
- zákazník (v závislosti na typu výrobku) očekává také estetickou funkci (design výrobku), bezporuchový chod, rychlý servis, dovoz do bytu apod.
- významnou roli hraje také obal (zákazník se často rozhoduje na základě obalu)
- další roli hraje i dobrá nebo špatná pověst značky či produktu (image)
- někdy se nabízejí i doplňkové služby, ať už bezplatné (dětský koutek ve velkých obchodech, doprava, poradenství, taška zdarma apod.) nebo placené (montáž nábytku, úpravy oděvů, instalace techniky)

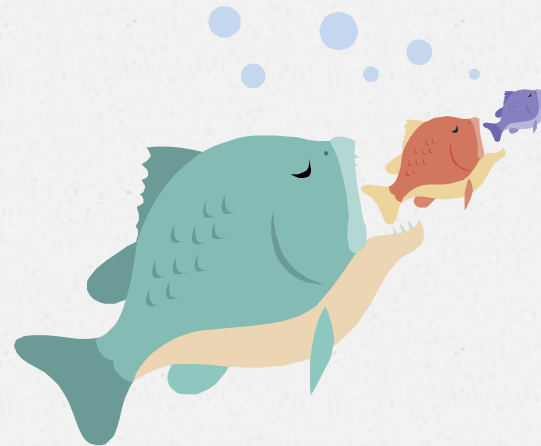
Životní cyklus produktu

1) ZAVÁDĚNÍ

2) RŮST

3) ZRALOST

4) ÚTLUM



Cena

Stanovuje se podle :

- a) **zákazníka** : podle očekávané nebo stávající poptávky (tedy s ohledem na to, co je ochoten a schopen zaplatit)
- b) **konkurence** : za kolik nabízí obdobný produkt konkurence

- v potaz se pak berou i výrobní náklady a náklady na marketing

Distribuce

- jde o otázku, jakým způsobem dostaneme výrobek z továrny do obchodů, kde si ho zákazník koupí

Typy distribuce:

- a) bez mezičlánku**
- b) s využitím zprostředkovatele**
- c) prodej maloobchodu**
- d) velkoobchod**

Propagace

- jde především o **reklamu**
- dále pak jde o **podporu prodeje**
- **publicita**
- **osobní prodej**



Děkuji za pozornost.

Autor DUM: Mgr. Jiří Klupa

Zdroj obrázků:

- kliparty MS Office