



Marketing

Marketing

= metoda řízení, která se zaměřuje na potřeby zákazníka

- 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
- přemístování (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)

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**

