



# Téma: Marketing

Vypracovala: Jana Wasserbauerová

TENTO PROJEKT JE SPOLUFINANCOVÁN EVROPSKÝM SOCIÁLNÍM FONDEM A STÁTNÍM ROZPOČTEM ČESKÉ REPUBLIKY.



# Co je to marketing?

Hlavním úkolem marketingu je hledání potřeb zákazníků a jejich naplnění.

Příklad:

IKEA – firma si všimla, že lidé chtějí levný nábytek. Zlevnila jeho cenu na montáži. Spotřebitel si smontoval nábytek sám.

# Předmět marketingu

- Výrobky
- Služby
- Události (výstavy, sportovní akce)
- Zážitky (výstup na Mount Everest)
- Osoby (tvorba slavné osobnosti)
- Místa (regionální politika)
- Majetek (cenné papíry, nemovitosti)
- Firmy (zlepšit svoji pověst na trhu prostřednictvím reklamy)
- Informace
- Ideje (nejprve obézní, po pravidelném cvičení štíhlá)

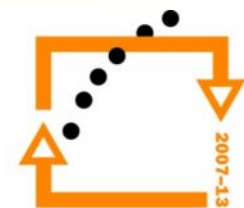
# Základní nástroje marketingu

Marketingový mix = 4P = nástroje marketingu:

- 1) produkt (Product)
- 2) cenu (Price)
- 3) distribuci (Distribution)
- 4) propagaci (Promotion)

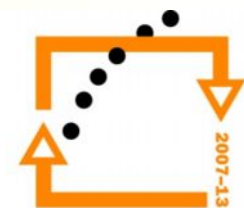
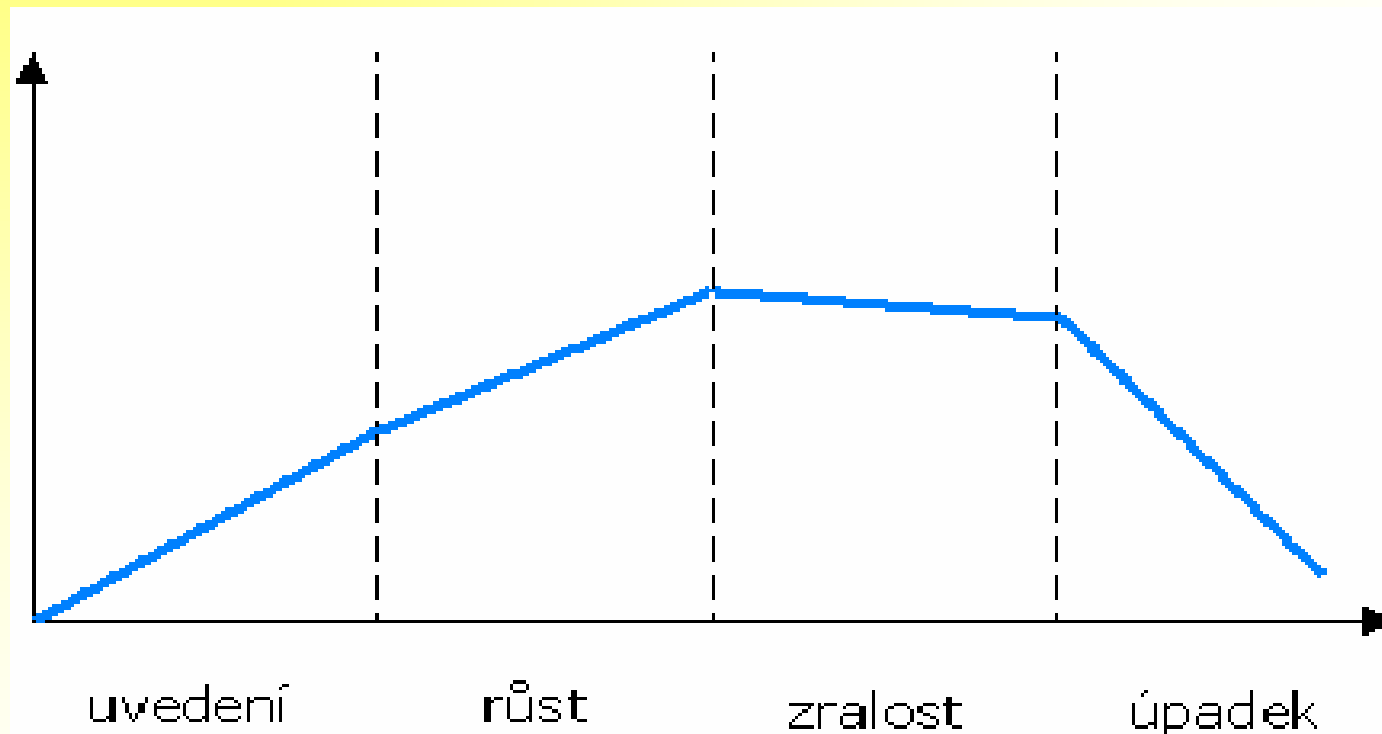
# Produkt (Product)

- Tento nástroj je zaměřen nejen na samotný výrobek či službu, ale na vše, co je s ním **spojeno** (obal, sortiment, kvalitu, dostupnost, záruka, image firmy...)
- Životní cyklus výrobku



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

# Produkt (Product) – životní cyklus produktu



**OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost**

# Cena (Price)

- **Cena je hodnota výrobku či služby vyjádřená penězi.**
- Zahrnuje všechny aktivity směřující ke snížení ceny produktu.
- Zahrnuje i slevové akce, psychologii cen (*baťovské ceny 9,90 Kč* či *auto od 295.000 Kč*), způsoby platby, ziskovost, zaváděcí cena, zdražování ...

# Distribuci (Distribution)

- Zahrnuje cestu od výrobce (prodejce, poskytovatele) ke spotřebiteli.
- Součástí distribuce je dostupnost výrobků pro spotřebitele.
- Forma prodeje (samoobslužný a pultový prodej, specializované prodejny...)
- Výrobce



# Propagaci (Promotion)

- **Zahrnuje cesty, jak se zákazník dozví o produktu (reklama, podpora prodeje, osobní prodej, publicita).**
- **Reklama** – pravdivá, efektivní, působivá  
(placená x neplacená, forma reklamy – tištěná, rozhlas, televize, Internet)
- **Podpora prodeje** (soutěž o ceny, dárky, věnostní slevy...)
- **Osobní prodej** (velmi časově náročný, realizovaný prostřednictvím obchodních zástupců)
- **Publicita** – hodnocení nezávislého orgánu (kladná i záporná)

# Zdroje

- 1) [http://ekonomie.topsid.com/index.php?war=prodejni\\_cinnost\\_podniku&unit=zivotni\\_cyklus\\_vyrobu](http://ekonomie.topsid.com/index.php?war=prodejni_cinnost_podniku&unit=zivotni_cyklus_vyrobu)