

MARKETING PRO 21. STOLETÍ

Tomáš Jelínek, UMM

Marketing a dnešek

- **Už jsme si řekli - technologie, globalizace, sociální média, konvergence odvětví, eliminace prostředníků, změna maloobchodu/eshopy atd.**
- **Každý dělá, studuje nebo učí marketing.**
- **Žijeme v době, které je přesycená informacemi.**
- **Státy EU přerozdělují téměř 50 % HDP a regulují stále více aktivit ve společnosti (odpady, energie, farmacie atd.)**

POZOR - zkratka selského rozumu

- **Marketingoví odborníci ujíždějí na marketingu sebe sama**
- **Skoro vždy jde o budování značky, které umožňuje prodat draž oproti komoditizovatelnému zboží, službě....**

Definice marketingu - různé pohledy

- **Marketing je aktivitou, soubor institucí a procesů pro vytváření, komunikování, dodávání a směnu nabídek, které mají hodnotu pro zákazníky, klienty, partnery a společnost jako celek.**
- **Cílem marketingu je učinit prodej nadbytěčný**
- **Umění prodávat**

Nakonec je vždy cílem úspěch firmy nebo projektu, marketing se stává více a více věcí řízení celé společnosti.

Škola hrou - dva dobrovolníci

- **3 řada, 5 zleva**
- **1 řada, 1 zprava**

Čemu se dělá marketing - objekty marketingu

- **Zboží**
- **Služba**
- **Události**
- **Zážitky**
- **Osoby**
- **Místo**
- **Vlastnická práva (válečné bondy)**
- **Organizace (corporate vs product)**
- **Informace**
- **Myšlenka (zodpovědný volič, řidič, rodič)**

S jakou poptávkou se můžeme potkat

- **Negativní poptávka**
- **Neexistující poptávka**
- **Latentní poptávka**
- **Klesající poptávka**
- **Nepravidelná poptávka**
- **Plná poptávka**
- **Nadměrná poptávka**
- **Nežádoucí poptávka
(zneužívání
pseodoefedrinu)**

TRHY - různé pohledy

- **Trhy zdrojů**
- **Trhy výrobců**
- **Vládní trhy**
- **Trhy sprostředkovatelů**
- **Trhy spotřebitelů**
- **Trh potřeb**
- **Trh výrobků**
- **Trh seniorů/žen v domácnosti**
- **Evropský trh, asijský trh**

Od potřeby a přání k poptávce po produktu

- **Vyjádřené potřeby - něco říkám, ale moc si nerozumím**
- **Skutečné potřeby - to pochopí dobrý prodejce**
- **Nevyjádřené potřeby - to je jasné dobrému prodejci**
- **Nadstandardní potřeby - dárek pro budoucí vztahy**
- **Tajné potřeby - ????**

Další marketingové koncepty

- **Segmentace trhu, umístění produktu a cílové trhy**
- **Nabídka hodnoty a značka**
- **Hodnota pro zákazníka - quality, service, price**
- **Komunikační, distribuční a podpůrné kanály**
- **Dodavatelský řetězec**
- **Konkurence**
- **Marketingové prostředí - hřiště pro vaše produkty a služby**

Evoluce firemních strategií pro tržní úspěch

- **Výrobní koncept**
- **Výrobkový koncept**
- **Prodejní koncept**
- **Marketingový koncept**
- **Holistický marketingový koncept**
 - Výkonový marketing (od financí k CSR – The Body Shop)
 - Vztahový marketing (luxusní restaurace)
 - Interní marketing (Pepsi, MVŠO)
 - Integrovaný marketing (BMW v USA)

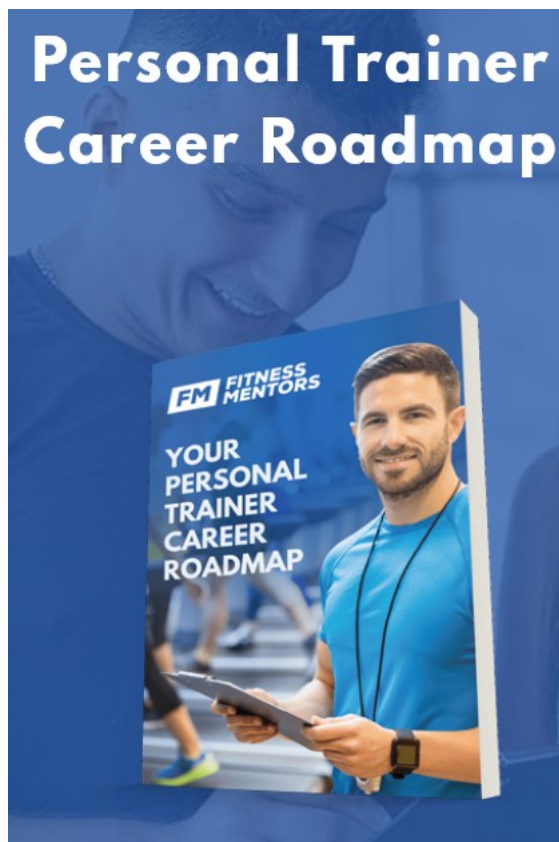
Marketingový mix 4P

- **Product (výrobek)**
- **Price (cena)**
- **Place (distribuce - místo prodeje)**
- **Promotion (komunikace)**

4P moderního marketing managementu (LIDL/BILLA/ALBERT)

- **People (lidé) - zaměstanci a zákazníci**
- **Process (procesy) - cílené budování značky, kampaně**
- **Programs (programy) - vše ke spotřebitelům, staré 4P**
- **Performance (výkon) - finanční a nefinanční výsledky**

Jak na marketing osobního trenéra



**Nejlepší formou studia
marketingu je vlastní
projekt!**