

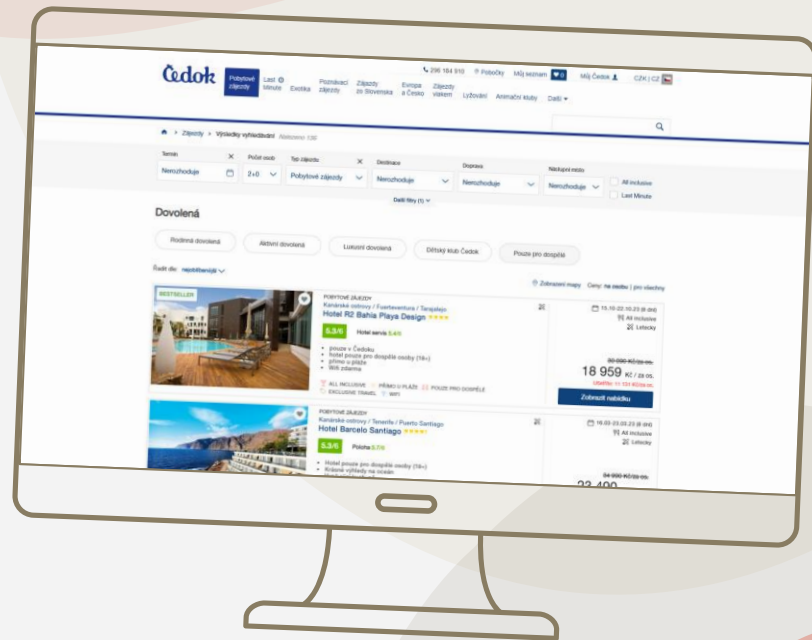
# MARKETING SLUŽEB

## PŘEDNÁŠKA III

NATÁLIE MARŠALCOVÁ / CANIS SAFETY A.S.

# MARKETINGOVÝ MIX VE SLUŽBÁCH

1. Produkt – služba
2. Cena
3. Distribuce
4. Marketingová komunikace
5. Lidé
6. Materiální prostředí
7. Procesy



# PRODUKT - SLUŽBA

1. Produkt – služba
2. Koncepce produktu
3. Cross-selling a up-selling
4. Produktový mix
5. Životní cyklus produktů
6. Vývoj nového produktu

# PRODUKT - SLUŽBA

Samostatně identifikovatelné, nehmotné činnosti, které poskytují uspokojení potřeb.

- mohou být spojeny s hmotným produktem, smyslovým dojmem i emocí

**ZÁKLADNÍ (KLÍČOVÝ) PRODUKT** - hlavní příčina koupě služby

**PERIFERNÍ (DOPLŇKOVÝ) PRODUKT** - nabízen v rámci základní služby a vytváří přidanou hodnotu

# TRENDY V OBLASTI SLUŽEB 2023

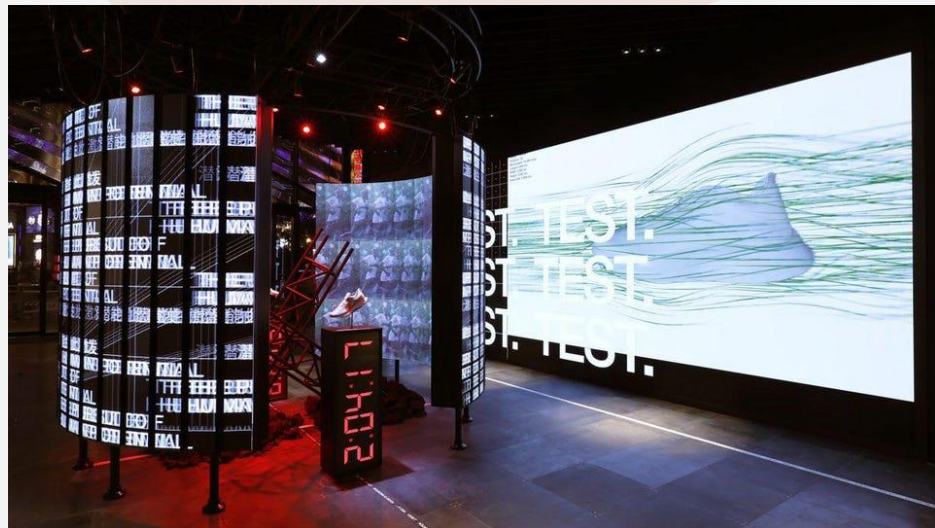
**Automatizace a samoobsluha** pro zmírnění nedostatku zaměstnanců - samoobslužné terminály v hotelech, kontaktních centrech, atd.



**Fygitalizace** - zkušenosti na pomezí fyzického i digitálního prostředí - elektronické podpisy a biometrie v bankovníctví, smart supermarkety, ...



Prodejny Amazon Go



Nike's "House of Innovation"

## Využití rozšířené a virtuální reality



Ikea aplikace IKEA Place



T-mobile music club ve hře Roblox

Širší využití **umělé inteligence**, např. ve veřejném sektoru - analýza dokumentů, veřejných financí, bezpečnostní složky, atd.

- vánoční kampaň  
Komerční banky  
vytvořena za pomoci  
umělé inteligence
- ChatGPT





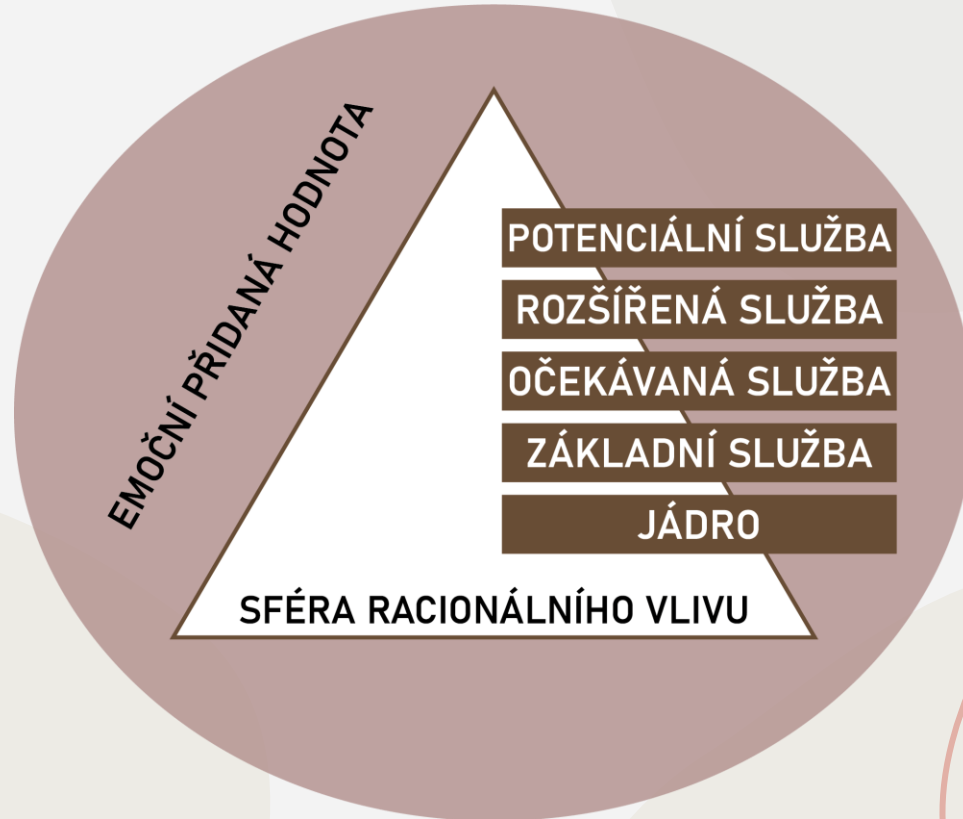
**Empatie značek** v období inflace. Nutnost budování dlouhodobého vztahu se zákazníkem.

Rohlík.cz →

Kaufland - Nekrm koš



# KONCEPCE PRODUKTU - SLUŽBY



# KONCEPCE PRODUKTU - SLUŽBY

- **Jádro** = představuje hlavní potřebu, která má být uspokojena.
- **Základní služba** = na této úrovni musí poskytovatel služby proměnit potřebu v základní produkt. Nevyžaduje speciální podmínky ani speciálně vyškolený personál.
- **Očekávaná služba** = sada atributů a podmínek, které zákazníci obvykle očekávají.
- **Rozšířená služba** = “něco málo navíc” - překračuje očekávání zákazníka. Na této úrovni se odehrává positioning značky a bitva s konkurencí.
- **Potenciální služba** = všechna vylepšení (inovace) služby, která mohou být pro klienta atraktivní a přinést dodatečný zisk poskytovateli.

**Emoční přidaná hodnota** prolíná všechny úrovně a odvíjí se od pocitů, které má zákazník v souvislosti s využitím služby. Pozitivní emoční přidaná hodnota vede k lepším obchodním výsledkům a dlouhodobému vztahu se zákazníkem.

# FITNESS FITPARK - ÚPLNÝ MARKETINGOVÝ PRODUKT (TOTAL PRODUCT)



# FITNESS FITPARK - ÚPLNÝ MARKETINGOVÝ PRODUKT (TOTAL PRODUCT)

**jádro** - fyzická aktivita, hubnutí, svalová hmota

**základní služba** - víceúčelová hala s fitness vybavením

**očekávaná služba** - cvičební stroje a pomůcky, cardio zóna, recepce s barem, parkoviště, šatny, kolektivní tréninky, čistota

**rozšířená služba** - solárium, sauna v pánské i dámské šatně, badmintonové kurty, osobní tréninky, inbody měření, výživový poradce, fyzioterapeut

**potenciální produkt** - jídelna s rozvozem krabičkových diet

**emoční přidaná hodnota** - motivující atmosféra, žádný čas strávený čekáním na stroje, atraktivní trenéři :)

# CROSS-SELLING UP-SELLING

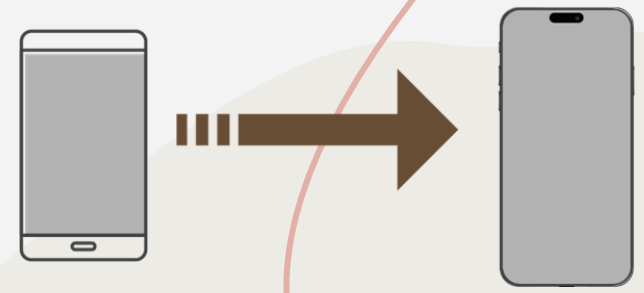
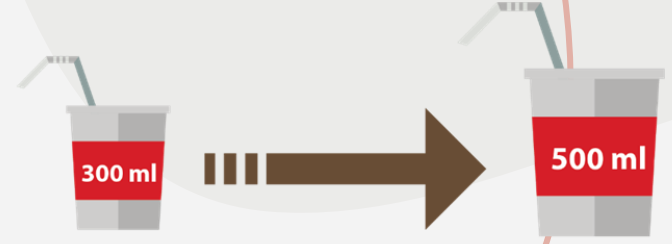
**CROSS-SELLING** - křížový prodej - prodej doplňkového sortimentu k původní nabídce. “Nechcete ještě něco navíc?”

**UP-SELLING** - navyšovací prodej, prodej kvalitativně lepšího zboží než je původní objednávka. “Nechcete něco lepšího?”

# CROSS-SELLING

x

# UP-SELLING



# CROSS-SELLING

Cílem je **navýšit celkovou objednávku** zákazníka doporučením **doplňkového zboží**, tzv. cílená a naprosto korektní nabídka. Zákazníkovi je nabídnuto několik dalších produktů, které logicky doplňují zakoupené zboží.

- nejefektivnější využití v e-commerce
- nabídka produktů, které si vzájemně nekonkurují
- balíček by měl pro zákazníka představovat výhodu - nejčastěji cenovou
- neměl by být příliš vtíravý



## PŘÍKLAD CROSS-SELLINGU:

BRAINMARKET.cz

Přidání snídaňové kaše do košíku.

Přidáno do košíku

Topnatur - Probio kaše, malina, 60 g



Objednejte ještě za 1 106 Kč a budete mít dopravu ZDARMA.

Nákupní košík

### Ostatní zákazníci také nakoupili

MNOŽSTEVNÍ SLEVA



49 Kč

rainMax kokosová miska - natural

MNOŽSTEVNÍ SLEVA



49 Kč

BrainMax kokosová lžiče - světlá

MNOŽSTEVNÍ SLEVA

-50 %



199 Kč

BrainMax Pure Kokosová voda BIO  
prášek, 250 g

MNOŽSTEVNÍ SLEVA



199 Kč

BrainMax Pure Kokosový sirup - tmavý  
BIO, 500 ml

# UP-SELLING

Snaha prodat zákazníkovi dražší řešení, vyšší model, pokročilejší verzi služby.

- navyšovat po menších částkách, nabídka by neměla být dražší než o 25 % původní
- zároveň by nová nabídka měla být pro daného klienta vhodná

# PRODUKTOVÝ MIX

Produktový mix se skládá z **produktivních řad**, které společnost nabízí zákazníkům.

Produktová řada je **skupina úzce souvisejících produktů/služeb**, které jsou zaměřeny na uspokojování obdobných potřeb, prodávány stejnými distribučními cestami nebo určeny stejným zákazníkům.

K popisu produktového mixu se používají charakteristiky: **šířka, hloubka, délka, konzistence.**

**Šířka** - počet různých produktových řad

**Hloubka** - počet položek produktu/služeb v každé řadě

**Délka** - celkový počet produktů/služeb v produktovém mixu

**Konzistence** - míra podobnosti mezi produktovými řadami, co se týče konečného použití, distribuční sítě, ceny, reklamních médií, atd.

Diverzifikace rizika!

# PRODUKTOVÝ MIX CESTOVNÍ KANCELÁŘE

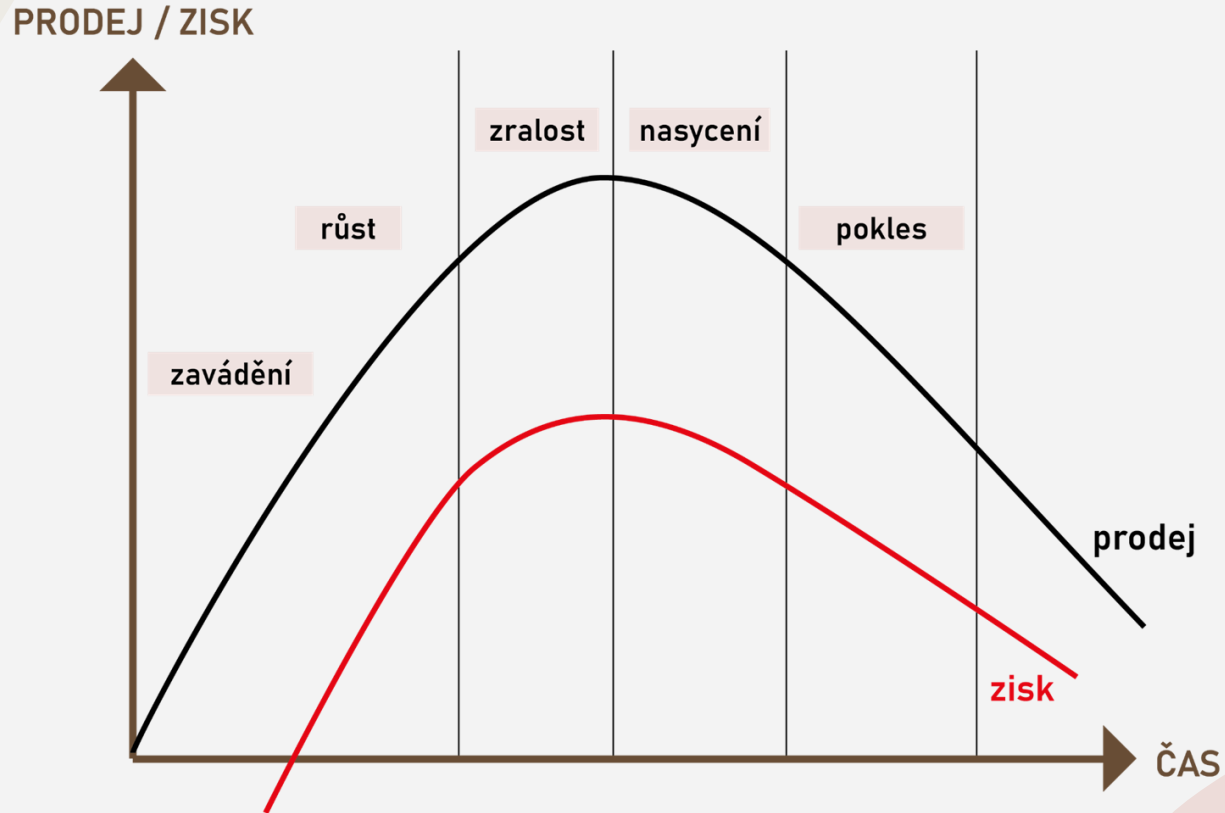
POBYTOVÉ ZÁJEZDY (a)	Řecko, Španělsko, Egypt, Kapverdy, Černá hora, Zanzibar
POZNÁVACÍ ZÁJEZDY (b)	Faraon - to nejlepší z Egypta, Okruh královskými městy (Maroko), Istanbul - město dvou kontinentů, Velký okruh Mexikem, Krásy Andalusie
PRODLOUŽENÉ VÍKENDY (c)	Řím, Madrid, Barcelona, Paříž, Lisabon
ZIMNÍ DOVOLENÁ (d)	Rakousko, Itálie, Švýcarsko, Německo, ČR

**šířka** = 4, **hloubka** = (a) 6, (b) 5, (c) 5, (d) 5, **délka** = 21

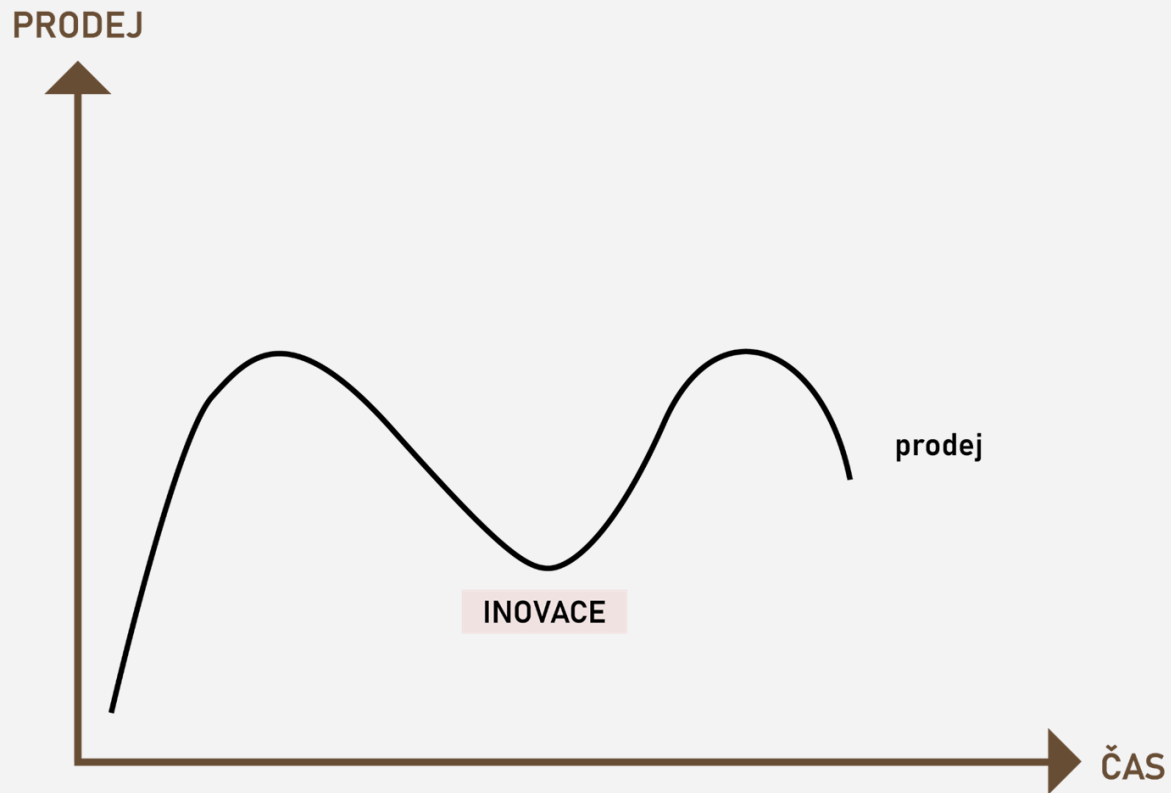
# ŽIVOTNÍ CYKLUS PRODUKTU - SLUŽBY

Doba, po kterou je produkt nabízen na trhu, a to od jeho uvedení na trh až po ukončení prodeje.

# ŽIVOTNÍ CYKLUS A JEHO FÁZE



# ATYPICKÝ TVAR ŽC - RECYKLUS





# INOVACE

Myšlenka, služba, produkt nebo technologie, jež je vyvinuta a nabízena zákazníkům, kteří ji **vnímají jako novou či originální** - rozpoznatelná změna produktu (ne jen změna názvu).

**Inovace dle míry změny:** produkty zásadně nové, produkty představující zlepšení současných produktů (modifikace), produkty analogické (rozšíření sortimentu o novou variantu)

The image shows two models from the waist down, wearing black work pants. The model on the left is standing still, wearing a white shirt and black gloves. The model on the right is walking, wearing a blue shirt. Both pants feature blue and orange horizontal stripes on the side pockets and a "WORK / WEAR" label on the back pocket. They are also wearing black sneakers with blue accents.

CXS LEONIS  
- produkt  
zásadně nový

# Modifikace produktu



# Nová varianta produktu



zimní varianta blůzy

**Inovace produktu** - lepší technické specifikace produktu, komponenty, software, rychlejší poskytování služby, přidání nových funkcí

**Inovace procesní** - zavedení nové nebo vylepšené produkce, dodavatelských metod, softwaru za účelem zefektivnění procesů, zlepšení pracovních podmínek, snížení mzdových nákladů, atd.

**Marketingová inovace** - zavedení nové marketingové metody v rámci marketingového mixu

**Organizační inovace** - organizační změny v obchodních praktikách, externích vztazích, vznik nových oddělení, atd.

# ÚSPĚŠNÉ INOVACE V LETECH 2021-2022

## COOP SAMOOBSLUŽNÁ PRODEJNA



**coop 24/7**

Mimo běžnou prodejní dobu  
vstup přes bankovní identitu.  
Valid for Czech BankID only.

**JAK NAKUPOVAT:**

Stáhněte mobilní aplikaci  
Contio naskenováním QR kódu.

# NOTINO VIRTUÁLNÍ ZRCADLO



Stáhněte si  
aplikaci Notino  
a vyzkoušejte si make-up  
online přímo na sobě



# DATART KALKULAČKA NÁKLADŮ

Vyberte typ spotřebiče

Lednička

**Myčka**

Pračka

Sušička

Současný spotřebič (značka + model)

Neznám model spotřebiče

Whirlpool

Myčka nádobí 45 Whirlpool WSIC 3M27 🔍

Název modelu naleznete na štítku uvnitř myčky na boku dvířek, nebo na vnější boční, či zadní straně.

Vaše sazba za elektřinu

9

Použít průměrnou cenu za kWh (9 Kč)

**SPOČÍTAT NÁKLADY >**

Za 10 let provozu současného spotřebiče zaplatíte 19 152 Kč

Doporučujeme například tyto úsporné spotřebiče:

Myčka nádobí AEG Mastery  
FSK75758P

ÚSPORNÝ SPOTŘEBIČ



Za 10 let provozu tohoto spotřebiče  
zaplatíte 16 128 Kč.  
Ušetříte tak 3 024 Kč.

**28 490 Kč**

Detail produktu

Myčka nádobí Hoover H-DISH 700  
PRO HIB 5B2S3FS

ÚSPORNÝ SPOTŘEBIČ



Za 10 let provozu tohoto spotřebiče  
zaplatíte 16 380 Kč.  
Ušetříte tak 2 772 Kč.

**16 990 Kč**

Detail produktu



# VÝVOJ NOVÝCH SLUŽEB

Strategie vývoje nové služby vede přes tzv. **akvizici** - získání licence, **franchising** nebo **vlastní výzkum a vývoj**. Významnou roli hrají vysoké investice, technologie a riziko. Nové produkty a služby mají významný kupní potenciál.

Nová služba může být zcela nová na trhu, vyšší generace, nová v rámci organizace ale v rámci trhu již existuje, nebo třeba existující služba, která byla upravena pro nový trh.

# PROCES VÝVOJE

1. Vznik námětů
2. Filtrace námětů
3. Tvorba a testování konceptu
4. Hodnocení potenciálních trhů
5. Vývoj nového produktu a jeho testování
6. Komeracionalizace



**CANIS<sup>®</sup>**

# KANIBALIZACE

Nová služba **pozře poptávku služby druhé**. Může k ní dojít v rámci jedné značky i mezi konkurenčními firmami.



# MARKETINGOVÁ ÚMRTNOST

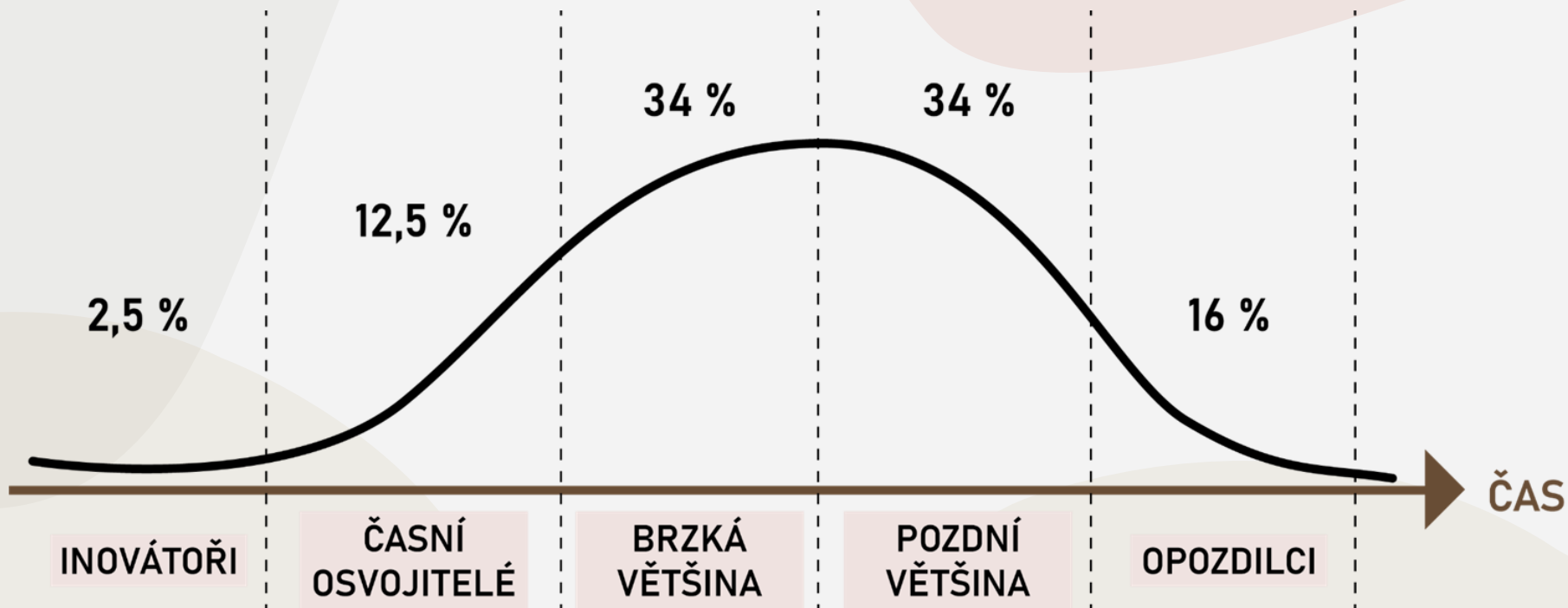
Potřeba některých produktů u spotřebitelů zaniká z hlediska jejich fáze života.

Př. dětská výživa, studentská půjčka

# ANSOFFOVA MATICE

		ZÁKAZNÍCI	
		STÁVAJÍCÍ	NOVÍ
P R O D U K T Y	STÁVAJÍCÍ	<b>TRŽNÍ PENETRACE</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- zvýšené poskytování služeb</li><li>- rozšiřování poboček</li><li>- zintenzivnění míry užití nabídkou poradenských služeb</li><li>- investice do MK a PP</li><li>- nejméně riziková</li></ul>	<b>ROZVOJ TRHU</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- přilákání nových zákazníků na stávající produkt</li><li>- např. prodej dalších hypoték nebo životních pojištění</li><li>- zakládání dětských bankovních účtů</li></ul>
	NOVÉ	<b>VÝVOJ PRODUKTŮ</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- inovace produktů</li><li>- nové služby, pojištění, spořicí účty, půjčky, atd.</li><li>- charakteristické pro automobilový průmysl</li></ul>	<b>DIVERZIFIKACE</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- převzetí menších organizací, rozvoj nových tržních segmentů</li><li>- vznik zcela nových služeb (např. stavební spořitelny mohou poskytovat realitní poradenství)</li></ul>

# OSVOJENÍ NOVÝCH PRODUKTŮ TRHEM - ROGERSOVA TEORIE DIFÚZE INOVACÍ



# PANDEMIE JAKO ZDROJ PŘÍLEŽITOSTÍ

**Rozvoj konceptu samoobslužných hotelů** - v Česku například Orea Hotels Resort u Karlova mostu.

**Hlídaní dětí online** - interaktivní kroužky pro děti ZŠ, aby si rodiče mohli v průběhu lockdownu také odpočinout.

**Kaleido tours** - zážitky pro seniory za pomoci brýlí s virtuální projekcí. Senioři se tak mohou vydat na procházku po Amsterdamu, do přírody i na koncert.

**Infúzní terapie** - aplikace vitamínu C i individuálně nastavených vitamínových koktejlů na beauty klinikách.

**Online cvičení a tréninkové lekce** formou videí i livestreamu s trenérem.



# DĚKUJI ZA POZORNOST

[natalie.marsalkova@canis.cz](mailto:natalie.marsalkova@canis.cz)