

# Týmový projekt

9. seminář



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**

**OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ**

**Ing. Ondřej Mikšík**

24.11.2021

# Postup

---



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

- Máte tým?
  - Máte firmu?
  - Máte konkurenci?
  - Máte segmenty?
-

# Targeting

---



- Na který segment budete cílit?
  - Jaká jsou kritéria? (max 3)
  - Kolik lidí obsahuje?
  - Co je to za lidi? Stručný popis, např. struktura věku, pohlaví, vzdělání, zájmů, názorů, bydliště, rodinném stavu, atd.
-

- Jaké jsou **benefity** vašeho produktu?
  - Čím se **odlišujete** od konkurence?
  - Jaké jsou vaše **prvky rozpoznatelnosti**? (barvy, logo, slogan, tvary,...)
  - Co je vaše **hlavní konkurenční výhoda**?
  - Jakou **potřebu a přání** zákazníkům plníte?
  - Co se zákazníkovi vybaví, když přijde do kontaktu s vaší firmou? (asociace)
  - Co na vás mají zákazníci rádi?
-

# Formulace positioningu – vymezení vůči konkurenci

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

- Pro *\*vybraný segment\**, kteří *\*potřeba-přání\**, je *\*váš produkt\** *\*název produktové kategorie\**, který *\*způsob, jak váš produkt plní potřebu-přání\**.
  - Na rozdíl od *\*konkurence\** je náš produkt *\*odlišení\**.
  - Pro *velkoměstské maminky* které *chtějí spát ve voňavých peřinách* je *Silan aviváž* která *zaručí dlouhotrvající vůni*.
  - Na rozdíl od *Perwollu* je náš produkt *100% šetrný k dětské pokožce*.
-

# Úkol – principy přesvědčování

---



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

- Kdo odevzdal?
-