

Analýza B2B trhů

4. seminář



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**

**OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ**

Ing. Ondřej Mikšík

19.10.2021



- B2B trh
 - Proces nákupu na B2B trhu
 - Rozdíly mezi B2B a B2C trhem
 - Praktické cvičení
-

- **Co to je?**
 - **Trh organizací**
 - **Tvořen organizacemi, které mezi sebou obchodují, aby mohly vyrábět produkty**
-

Proces nákupu na B2B trhu



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVÍNĚ

1.
Rozpoznání
problému

Charakteristiky
a množství
požadovaného
produktu

2. Obecný
popis
potřeby

Vypracování
technické
specifikace
produktu
(hodnotová
analýza)

3.
Specifikace
produktu

4. Hledání
dodavatelů

Obchodní
zástupci dod.
firem, veletrhy,
výstavy,
konference,
internet, noviny,
odborné časopisy

5. Vyžádání
nabídek

Analýza
dodavatele -
Scoringové
modely

6. Výběr
dodavatele

7. Specifikace
objednávkové
rutiny

Kupující vystaví
konečnou
objednávku
(technické
specifikace,
množství, termíny,
podmínky vrácení
zboží, odpovědnost
za vady...)

8.
Hodnocení
výsledků

Pravidelné
vyhodnocování
výkonnosti
vybraného
dodavatele



- **B2B trh**

- Menší počet větších zákazníků
- Úzký vztah mezi dodavatelem a odběratelem
 - Profesionální přístup k nákupu
 - Větší objemy nákupu

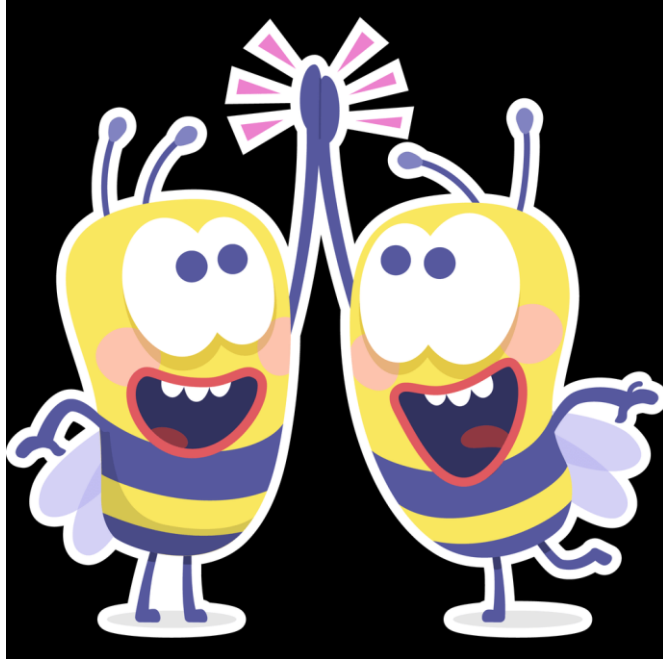
- **B2C trh**

- Větší počet prodávajících a kupujících
 - Menší objemy nákupu
 - Vztah mezi stranami není tak úzký
-

- Týmová práce
 - 1 tým = 3 lidé
 - Každý jedná za jednu společnost
 - Snažte se vyjednat si takové podmínky, které Vám budou vzhledem k pokynům v zadání nejvíce vyhovovat
 - Čas na vypracování 20 minut
 - Bod získají skupiny, které v časovém limitu uzavřou dohodu a přiblíží se co nejvíce k pokynům v zadání
-



- Jak vypadal proces vyjednávání?
 - Jste spokojeni s výsledkem?
- Které faktory Vám pomohly k dosažení cíle?
 - Proč jste nedosáhli cíle?



Děkuji za pozornost