

# Týmový projekt

9. seminář



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

**Ing. Daniel Kvíčala**

21. 11. 2022

- 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** 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

---

- 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*.
-

# Formulace positioningu – zaměření na zákazníky

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

- Pro *\*vybraný segment\** je *\*váš produkt\** *\*název produktové kategorie\**, který *\*způsob, jak váš produkt plní potřebu-přání\**, aby *\*benefit, který produkt\* přináší.*
  - Pro *studenty, kteří mají kočku* je *MouseHunt hračka*, , která *zabaví kočku*, aby se *mohli v klidu učit.*
-

- Produkt – vyberte produkt, popište jeho funkce a benefity pro zákazníka – jaké potřeby plní vámi vybranému segmentu
  - Cena – popište cenovou nabídku, případné slevy nebo způsoby platby
  - Distribuce – jakým způsobem se produkt dostane k zákazníkům (e-shop, kamenná prodejna, obchodní zástupce, atd.
  - Komunikace – jaké použijete kanály pro komunikaci vašeho produktu, co bude obsahem komunikace, odhadněte roční rozpočet
-

# Úkol – principy přesvědčování

---



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

- Kdo odevzdal?
-