

# Cena v onlinu

Aneb free to play nebo pay to win?  
Pls pls donate.



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**

OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

**Ing. Michal Stoklasa, Ph.D.**  
E-marketing

- **1 Cena v klasickém marketingu – definice, kalkulace**
  - **2 Jak internet změnil vnímání ceny?**
  - **3 Zajímavé implikace změn vnímání ceny v online prostředí.**
-

# 1 Definice ceny

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

- V klasickém marketingu je cena jediným prvkem marketingového mixu, který přináší firmě příjmy, ostatní jsou považovány za náklady. Tento pohled je ale v praxi ne zcela přesný, měli bychom se na cenu dívat jako na jednu ze součástí marketingového mixu, která musí být v souladu s přáními a potřebami zákazníků, abychom byli schopni vytvořit nabídku šitou přesně na míru.
  - V úzkém pohledu je cena peněžní částkou, kterou zákazník musí zaplatit za produkt, v širším pohledu je cena vše, co musí za produkt obětovat (např. i čas, nepohodlí v obchodě apod.).
  - Oproti produktu, distribuci a komunikaci je vysoce flexibilním nástrojem.
  - **Historicky byly ceny smluvní, poté politika pevných cen, dnes přes internet opět dynamické** – internet naprosto změnil vnímání ceny.
-

# Kalkulační rovnice – pohled manažera

---

1. Přímý materiál (materiál bezprostředně nutný k výrobě).
  2. Přímé mzdy (mzdy pracovníků vyrábějící výrobek).
  3. Výrobní režie (režijní = společné náklady na výrobu).
  4. **SOUČET 1+2+3: VLASTNÍ NÁKLADY VÝROBY**
  5. Správní režie (společné náklady podniku na správní aparát).
  6. Zásobovací režie (spol. náklady na zásobování v podnik).
  7. **SOUČET 4+5+6: VLASTNÍ NÁKLADY VÝKONU**
  8. Odbytové náklady/režie (souvisí s odbytem – prodejem).
  9. **SOUČET 7+8: ÚPLNÉ VLASTNÍ NÁKLADY VÝKONU**
  10. Zisk.
  11. **SOUČET 9+10: CENA PŘED ZDANĚNÍM**
  12. DPH.
  13. **SOUČET 11+12: FINÁLNÍ CENA**
-

- **Volba cenových cílů** – vycházíme z cílů strategických a cílů pro ostatní nástroje marketingového mixu. Obecně můžeme tyto cenové cíle rozdělit na marketingové (např. zvýšení podílu na trhu, vedení kvalitou, přežití, skimming trhu apod.) a finanční (ROI – návratnost investice, optimalizace profitu, generování cash flow apod.).
  - **Odhad poptávky** – veškerá naše cenová rozhodnutí vždy závisí na stavu poptávky po naší nabídce na trhu. Poptávková křivka udává inverzní vztah mezi výší ceny a výší poptávky. Používáme prognostické metody, analýzu dat.
  - **Stanovení nákladů** – můžeme použít kalkulační vzorec, viz výše. Další kalkulační postupy mohou být např. full cost pricing, nebo direct cost pricing.
-

- **Analýza nákladů, cen a nabídky konkurentů** – naše možná cena by se měla pohybovat mezi náklady (minimum) a poptávkou (maximum), podle toho, jaký positioning jsme si zvolili ve vztahu ke konkurenci. Z toho důvodu musíme být schopni analyzovat náklady, ceny a nabídku konkurenčních firem na trhu.
  - **Zvolení cenové metody** (strategie a taktiky) – na základě předchozích 4 kroků jsme schopni pro naši konkrétní nabídku zvolit cenovou metodu, strategii a taktiku). Můžeme volit nákladově orientovanou tvorbu cen, hodnotově orientovanou, nebo stanovení cen podle konkurence.
  - **Volba finální ceny** – v posledním kroku zvolíme konečnou cenu (číslo).
-

# „Neuvěřitelně“ vysoké slevy produktů



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

- Krásný příklad síly spotřebitele – vznikly start-upy, které společně vytvořily projekt Hlídače Shopů ([tady](#) článek, [tady](#) přímo Hlídač) – hlídá reálné slevy produktů v e-shopech, donutil největší e-shopy spolupracovat a neklamat zákazníky.

| E-shop       | Produktů celkem | Produktů v Black Friday | Průměrná uváděná sleva | Průměrná reálná sleva |
|--------------|-----------------|-------------------------|------------------------|-----------------------|
| alza.cz      | 259 466         | 8 479                   | 32 %                   | 22 %                  |
| MALL.CZ      | 636 960         | 13 058                  | 34 %                   | 18 %                  |
| CZC.CZ       | 61 876          | 1 193                   | 32 %                   | 21 %                  |
| BUTENT       | 33 598          | 2 452                   | 34 %                   | 23 %                  |
| kasac.cz     | 23 715          | 1 960                   | 33 %                   | 18 %                  |
| MIRONET      | 77 622          | 14 884                  | 12 %                   | 14 %                  |
| TSBOHEMIA.CZ | 41 338          | 2 709                   | 28 %                   | 15 %                  |
| Mountfield   | 3 096           | 163                     | 63 %                   | 26 %                  |
| Lékárna.cz   | 26 870          | 185                     | 33 %                   | 19 %                  |
| TESCO        | 16 131          | -                       | -                      | -                     |
| Košík.cz     | 16 049          | 63                      | -                      | -                     |
| rohlík.cz    | 17 478          | -                       | -                      | -                     |

- Zapracování nových směrnic EU.
  - *„Některé z chystaných změn budou mít vliv také na znění obchodních podmínek obchodníků, na podobu uživatelského rozhraní e-shopů či na obsah vztahů mezi obchodníky a jejich dodavateli.“*
  - **Prezentování slev:** *„Podle základního obecného pravidla bude referenční cenou pro zobrazování slev nejnižší cena výrobku za posledních 30 dnů: „Informace o slevě z ceny výrobku obsahuje informaci o nejnižší ceně výrobku, za kterou jej prodávající nabízel a prodával v době 30 dnů před poskytnutím slevy...“* 5 Jsou výslovně řešeny i situace, kdy zboží není nabízeno ani 30 dnů, či situace při postupném zlevňování. Porušení povinností v této oblasti obchodníkem bude přestupkem. “
  - **Dynamická cenotvorba** – nutnost informovat spotřebitele.
-



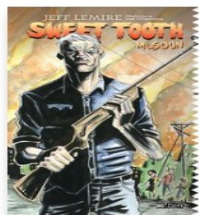
# Dynamická cenotvorba



Sweet Tooth 1 - Mlsoun

Lemire, Jeff  
Skladem

689 Kč  
949 Kč



Sweet Tooth 2 - Mlsoun

Lemire, Jeff  
Skladem

729 Kč  
999 Kč



Sweet Tooth 1 - Mlsoun · Crew · 2021 · knihy - vázané · 2

Knihu právě prohlíží 1 zákazník!

-30 %



Lemire, Jeff

✓ Zboží máme skladem

✓ Pár kliknutí a zboží

669 Kč  
běžná cena 949 Kč

1



Popis

Podrobnosti

Chlapec a hromotlук  
miliardy lidí. Jediné c  
a zvířat. Jedním z nic  
Na děti, jako je Gus,



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

## Nejlevnější nabídky (16)



Skladem • 1 varianta

84 Kč

92 % • 249 348 recenzí

Další informace

669 Kč

Do obchodu



Skladem • 1 varianta

89 Kč

91 % • 4 858 recenzí

Další informace

670 Kč

Do obchodu



Skladem • 1 varianta

59 Kč

95 % • 40 661 recenzí

Další informace

746 Kč

Koupit na Heurece

Do obchodu

## 2 Jak internet změnil vnímání ceny?

---

- Ceny jsou dynamické, viz dynamická cenotvorba. (A)
  - Internet změnil vnímání ceny v hudebním průmyslu – prvně jej „zabil“ a pak znovu vzkřísil. (B)
  - Vznikly nové typy obchodních modelů. (C)
  - Spotřebitelské chování ovládly možnosti cenových srovnávačů. (D)
  - Jsou možné zcela nové platební systémy. (E)
-

- Internet změnil způsob, jakým zákazníci uvažují o cenách, protože je to silný nástroj ke snadnému vyhledávání řady informací.
  - Internet mění způsob, jakým zákazníci a prodejci interagují spolu navzájem.
  - Spotřebitelé mohou získat okamžité porovnání ceny od tisíců prodejců skrze stránky porovnávající ceny. (je to levnější z Anglie než z Alzy?)
  - Mohou také dokonce pouze sdělit svou poptávku na internetu a kolik by byli ochotni zaplatit, a čekat na nabídku.
  - Díky internetu mohou spotřebitelé dokonce dostat produkty zcela zadarmo, v rámci open-source řešení apod.
  - Prodejci mohou dynamicky měnit cenu, ale je zde ohrožení ze srovnávačů.
-

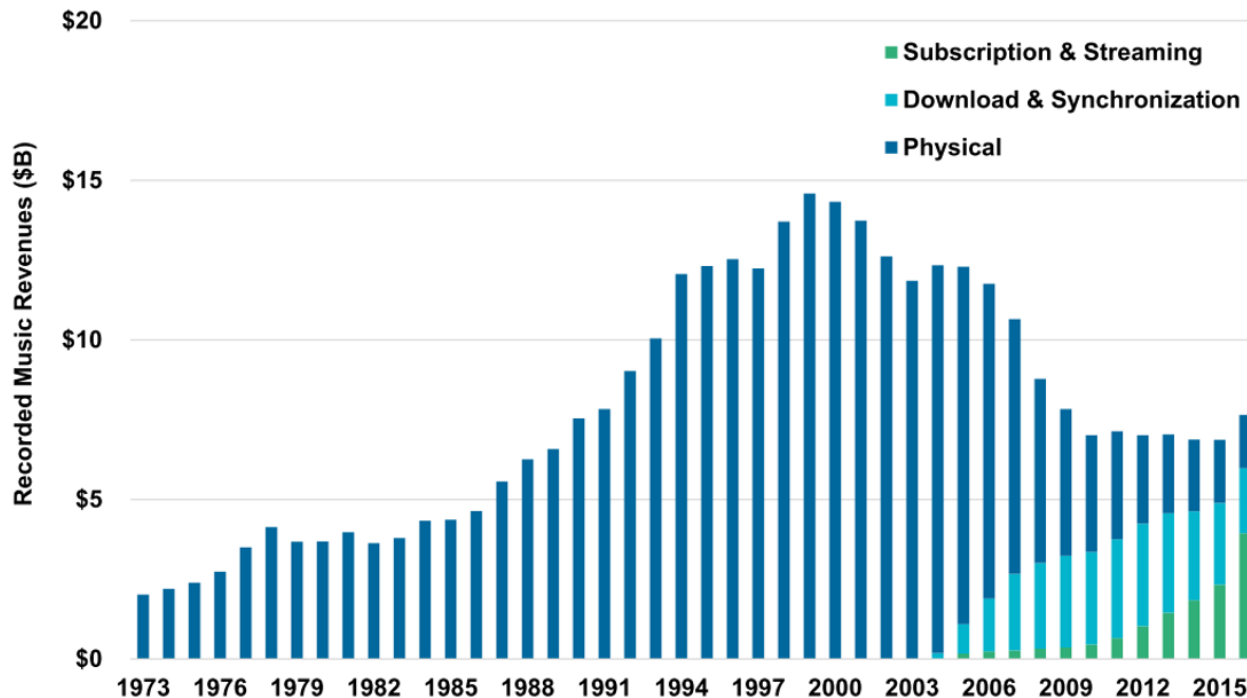
- U dynamického měnění ceny se dnes hovoří opravdu o nastavení rozdílné výše ceny pro jednotlivé zákazníky – je to etické? Legální?
- V rámci užšího pohledu se pojmem dynamická cenotvorba rozumí například neustálá práce s cenami v rámci e-shopu, tedy jejich okamžitá aktualizace podle cen konkurence, skladových zásob, změny poptávky, cyklů (sezonnost), chování spotřebitelů (nový trend). Vycházíme z data miningu, historického vývoje, dat konkurence, odvětvových trendů apod., tato všechna data analyzujeme a využíváme pro okamžité řízení cen (a je na to [algoritmus](#)).
- Vznikly i zcela nové přístupy k tvorbě ceny (tzv. pricing), kde se např. produkt jeho digitalizací dá snadněji členit na více částí a zákazník je pak motivován dokupovat neustále nové části.

# B Digitalizace hudebního průmyslu



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

**Recorded Music Revenues by Format (\$B), USA, 1973-2016**



- Dokonalá [infografika](#) o konzumaci hudby – streaming vše válcuje, nejvíce video (YT).
  - *„Světový hudební průmysl si mne ruce. Jejich příjmy loni vzrostly o 5,9 procenta na 15,7 miliardy dolarů (386 miliard Kč) a zvýšily se už druhý rok po sobě. Trh hudebních nahrávek zaznamenal díky rozmachu streamování nejrychlejší celoroční růst za nejméně dvě desetiletí od roku 1997. Naopak prodej fyzických nosičů dál klesal a propadl se i zájem o placené digitální stahování hudby.“* ([info.cz](#))
  - Po dlouhou dobu se hovořilo o krizi hudebního průmyslu. Vydavatelé se (právem) báli digitalizace a pirátství. Lehce dostupná hudba (a levná) však nakoply prodeje. Paušály jsou u ceny cesta kupředu!
-

# C Nové typy obchodních modelů

---

- Nové typy obchodních modelů - C2B (Consumer-to-Business, tedy spotřebitel firmě) a C2C (Consumer-to-Consumer, tedy spotřebitel spotřebiteli).
  - C2B vytváří spotřebitel hodnotu pro firmu, např. recenzí na srovnávači cen, nebo pokud v rámci online zpětné vazby spotřebitel firmě doporučí inovaci. U C2B se také někdy hovoří o otočené aukci, kdy spotřebitel dává cenovou poptávku na internet a čeká, která firma ji bude schopna využít. Dalším pohledem je pak již samotná nabídka nějakého řešení spotřebitelem, které firma nakupuje. C2C se velmi často popisuje jako forma elektronického obchodování, u které mohou mít obchodní vztah dva spotřebitelé, bez účasti firem, ale zpravidla za účasti třetí strany zajišťující technické řešení obchodu (aukce, burzy, diskuzní fóra).
-

- Srovnávače cen jsou webové stránky, které srovnávají produkty a jejich ceny.
  - Naši spotřebitelé jsou stále lépe vybaveni informacemi, jednou z těch, které je zajímají nejvíce, je cena produktu v e-shopech.
  - Tyto weby ale musely kvůli tvrdé konkurenci nabídnout i přidanou hodnotu, tou je nejen detailní popis zboží, ale hlavně recenze uživatelů, žebříčky prodeje produktů, hodnocení e-shopů apod. Kromě základní funkce, tedy najít nejnižší cenu, jsou dnes používány i pro nalezení nejvhodnějšího produktu a e-shopu. Staly se proto důležité i pro samotné obchodníky (důležitý marketingový kanál), kteří se snaží udržovat si na těchto stránkách dobrou reputaci svého obchodu, využívají data z těchto stránek pro monitoring konkurence, produktových řešení na trhu. [Princip fungování.](#)
-



- [Heureka.cz](http://Heureka.cz)
  - [Zbozi.cz](http://Zbozi.cz)
  - [Usetreno.cz](http://Usetreno.cz)
  - [Cenovyautomat.cz](http://Cenovyautomat.cz)
  - [Porovnejsito.cz](http://Porovnejsito.cz)
  - Ale i Glami, Favi, Kupi, Trivago, Bianco, Srovnáme, Hledej ceny, Hyperzboží, Srovnání cen, Nejlepší ceny, Seznam zboží a další.
  - Apek: „51 % využívá cenové srovnávače vždy nebo při většině nákupů“, „82 % Heureka, 30 % Zboží, 2 % Seznam“.
-

# Toto vše ale vede k problémům s provozem e-shopu

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

- Funguje-li dynamická cenotvorba, cenové srovnávače, a ČR má skoro 40 tisíc e-shopů – nevede to k nějakým problémům? Ano, pokud máte e-shop, možná budete mít nulové zisky.
  - Díky srovnávačům zákazníci migrují k nejlepším nabídkám. Proto u e-shopů začínají velkou roli hrát dodatečné služby! Nebo děláte výklenkové produkty (niche) podle logiky long-tail (jsem schopen logisticky to zajistit, takže neprodávám hodně kusů od 20% nejprodávanějších produktů, ale prodávám málo kusů od 80% produktů). Podle čeho Češi vybírají e-shop?
  - Dodatečné služby bývají často spojeny s věrnostními akcemi, ulehčením práce apod. (když kupuju pračku, tak se nesnažím ušetřit každou korunu, ale vyberu e-shop, kde mi to vynesou do bytu). Apek: „*doprava zdarma, dobře popsané produkty, okamžitá dostupnost*“.
-

- Členění platebních systémů: např. dle času, kdy je za zboží provedena platba (předplacené systémy, aktuálně placené, s platbou později), podle způsobu ověření platby (platební kartou, převod mezi účty, virtuální účty), nebo nejčastější podle typu systému na klasický a elektronický.
  - Klasické platební systémy zůstávají stále dominantní, velmi časté je u B2B např. v rámci platby na fakturu, u B2C trhu je to klasická dobírka (pro odesílatele je zvýšený náklad finanční i časový), platba hotově při převzetí, kartou při převzetí, bankovním převodem, kartou při objednávce. Čeští zákazníci stále preferují u prvního nákupu dobírku, pokud jsou spokojeni, tak u dalších nákupů již platí některou elektronickou formou.
  - 2020 – změna v chování! Apek: „42 % platební kartou přes internet, 18 % bankovním převodem, 14 % na dobírku“.
-

- Elektronické platební systémy využívají k realizaci převodu peněz informační technologie. Díky rychlosti, snadnosti pro uživatele, nízkým poplatkům a již relativně vysoké bezpečnosti zažily obrovský boom.
  - Ochrana před zneužitím je stále největším problémem, proto se používají zabezpečené elektronické transakce (SET - Secure Electronic Transaction), doplňkové metody ochrany (jako např. kód CVV2, virtuální platební karty, ověření přes SMS apod.).
  - Jednou z novějších metod ochrany je tzv. 3D-Secure, což je systém využívající zabezpečené platební brány (tu provozuje přímo karetní asociace nebo certifikovaní poskytovatelé), unikátní SMS kód pro každou platbu. Je to rychlé a bezpečnější, poskytováno zpravidla zdarma. Krátký přehled platebních bran [tady](#).
-

- PayPal je elektronický platební prostředek, kde si uživatel může zřídit účet a nabít na něj peněžní prostředky (lze samozřejmě i propojit s platební kartou/účtem). Ty pak jdou použít jako běžný bankovní účet k platbě na internetu.
- Zásadní výhodou je možnost nepoužívat údaje našeho hlavního bankovního účtu, ale jen účtu PayPal, na kterém máme omezenou hotovost. Další výhodou je okamžitost platby. Jako výhodou je možno uvést již i velikost celého systému, který pak má vyjednávací sílu při například reklamaci platby a žádosti o vrácení peněz (tzv. chargeback, v západní Evropě a USA naprosto běžná funkce, u nás v ČR ne vždy podporována bankovními institucemi, proto je výhodné platit přes PayPal a při problémech s e-shopem platbu jednoduše stornovat – ALE! Kvůli tomu PayPal neberou všude – weby se chrání před storny).

# Ceny v e-shopu

- Pěkný článek o nastavení cen na e-shopu přímo od Shoptetu.



+ ZDARMA v hodnotě 1 499,-  
Dárek Ghost Recon: Breakpoint



Urbanstar GyroBoard B65  
BLUE

9 990,- **4 499,-**



SONY

+ ZDARMA v hodnotě 159,-  
Předplatné HBO GO na 1 měsíc ZDARMA-CZ



Toto televizor je ověřena Českými Radiokomunikacemi a podporuje standard televizního vysílání DVB-T2 HEVC / H.265



Výměna televizorů zdarma! Nebudete-li spokojeni, zdarma vám novou TV dovezeme a původní odvezeme!

## 55" Sony Bravia KD-55XG8096



Televize ANDROID SMART LED, 140cm, 4K Ultra HD, Motionflow XR 400 (50Hz), Direct LED, HDR10, HLG, DVB-T2/S2/C, H.265/HEVC, 4x HDMI, 3x USB, CI+, USB nahrávání, LAN, WiFi, Bluetooth, Chromecast, Miracast, HbbTV, herní režim, hlasové ovládání, Netflix, HBO GO, VESA 200x200 mm, repro 20W, Dolby Atmos, DTS Digital Surround, Dolby Digital Plus, ClearAudio+, A

Varianty

55" Sony Bravia KD-55XG8096

- ☐ Prodloužení záruky + 3 roky 2 605,-
- ☐ Pojištění proti rozbití a krádeži na 2 roky 1 640,-

**Skladem > 5 ks**

Můžete mít ihned na 2 prodejnách [Prodejny a termíny doručení](#)

**1/3 Zaplat' pouze Třetinku** 5 333,-

Třetinu zaplatíte teď, zboží si odnesete, doplatíte do 3 měsíců. Bez úroků.

**Koupit** [Jak to funguje?](#)

**Koupit na splátky** měsíčně od 571,-

**Koupit rozbalené** od 14 989,-

Zkontrolované, plně funkční zboží se zárukou

**Koupit**

Cena s DPH 28 499,- **15 999,-**

[Garantujeme nejlepší cenu](#)

Cena bez DPH

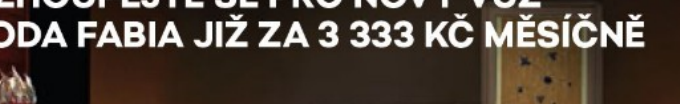
13 222,-

**Koupit**

**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

## ROZHOUPEJTE SE PRO NOVÝ VŮZ

## ŠKODA FABIA JIŽ ZA 3 333 Kč MĚSÍČNĚ



Kombinovaná spotřeba a emise CO<sub>2</sub> vozu  
NOVÁ ŠKODA FABIA: 4,6–4,9 l/100 km, 106–113 g/km 

Ilustrativní fotografie



**ŠKODA**

SIMPLY CLEVER



# Překvapivě nejlevnější e-shopy nemají slevy



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KÁVÍNĚ



## Samsung Galaxy S10e G970 128GB Dual Sim Red

Dárek k objednávce: Magnetický držák do auta

Výrobci Samsung

Kód výrobku: sam-g970dualred

Distribuce: EU

Záruka: 24 měsíců

Dostupnost: Na skladě

**12 700,00 Kč**

MNOŽSTVÍ

1

DO KOŠÍKU

☆☆☆☆☆ 0 recenzí / Napsat recenzi

👍 To se mi líbí 0

🐦 Tweet

📄 Sdílet



trendmobil.cz



Ověřeno zákazníky



108 recenzí

Samsung Galaxy S10e G970 128GB Dual Sim Red

+ Dárek: Magnetický držák do auta

skladem

12 700 Kč

doprava od 99 Kč



MEGATEL



Ověřeno zákazníky



3178 recenzí

Samsung Galaxy S10e G970 128GB Dual Sim Black

[Více variant](#)

skladem

12 715 Kč

doprava od 150 Kč



Mobily.eu



Ověřeno zákazníky



3317 recenzí

Samsung Galaxy S10e G970F 128GB Dual SIM Prism Black EU distribuce

[Více variant](#)

skladem

12 725 Kč

doprava zdarma



Ověřeno zákazníky



1388 recenzí

SAMSUNG Galaxy S10e G970F Dual Sim 128GB Black

[Více variant](#)

skladem

12 728 Kč

doprava zdarma

Vaše cena:

**12 728 Kč**

Na splátky:

**od 441 Kč**



### 3 Zajímavé implikace změn vnímání ceny v online prostředí

---

- Zpoplatnění služeb může na internet probíhat řadou zcela inovativních způsobů. Podíváme se zde na zajímavé nové implikace změn vnímání ceny v online prostředí.
  - Výraznou novinkou jsou elektronické peníze, zvláště kryptoměny. (A)
  - Mikrotransakce otřásly herním průmyslem a udělaly z něj nejdůležitější zábavní průmysl. (B)
  - Preorder = předobjednávky. (C)
  - Cena na webu? (D)
  - Cena jako nástroj podpory prodeje? (E)
-

# A Elektronické peníze

---

- Elektronické peníze (hotovost) mají řadu podob, od nabitých karet (klidně i virtuálních), přes peníze v elektronických peněženkách (peníze na Steamu), různé věrnostní systémy, až po kryptoměny.
  - Z těch musíme zmínit Bitcoin, který způsobil doslova novou zlatou horečku a zpopularizoval tuto oblast i mezi laickou veřejností. Bitcoin se pyšní revoluční decentralizovanou technologií pro přenos digitálních prostředků a zcela transparentním systémem, přehled všech transakcí má u sebe každý počítač s nainstalovanou peněženkou.
  - Příkladem, jak Bitcoin mění svět, by mohl být projekt Paralelní Polis, kde se mimo jiné nachází kavárna Bitcoin Coffee. Zde můžete platit pouze Bitcoinem. Celý projekt má za úkol edukovat lidi v technologiích, které jim umožňují větší svobodu a nezávislost na státu.
-

- [Článek](#) – perfektně vysvětluje fungování kryptoměn. „Nový“ (Bitcoin 2008) fenomén, dává možnost zbohatnout všem, vystřelilo do závratných výšin, některé centrální banky uvažují o přijetí, ALE! jsme totálně anonymní – zneužívání vyděrači, volím si rychlost volbou výše poplatku, je to bezpečné, nezávislost – odolnost vůči klasickým ekonomickým krizím.
  - Kryptoměn jsou již stovky (cca tisíc v 2017, 3600 v roce 2020), hodnota značně proměnlivá, viz [zde](#) aktuální čísla.
  - [Chatovací](#) aplikace Kik vydala vlastní kryptoměnu, ta je velmi úspěšná, nahradí veškeré platby klasickými měnami.
-

- „*Moderní hra je v jádru velmi komplexní produktová řada s mnoha individuálně zpoplatněnými částmi – DLC, mikrotransakce, speciální edice, předobjednávky... K tomu všemu můžeme ještě přidat merchandise jako oblečení, repliky zbraní nebo sběratelské figurky.*“ [Zdroj](#)
  - Mikrotransakce jsou v podstatě dodatečné mikro platby, které mohou hráči ve hře učinit. Proto mohou být mobilní hry zdarma (F2P – free to play), protože mají mechaniky uzpůsobené tak, aby donutily hráče postupně utrácet drobné částky za výhody. Obecně jsou dobře hráči přijímány mikrotransakce kosmetické (oblečky, skiny atd.). Špatně jsou přijímány mikrotransakce zaměřené na zvýšení výkonu hráče ve hře (získání výhody zaplacením, tzv. P2W – pay to win).
-

- (pro připomenutí – herní průmysl má 3x větší obrat, než celý filmový průmysl, a to do herního nepočítáme celou Asii, kde se odhadují extrémní příjmy z mikrotransakcí – tam to vzniklo)
  - V [článku](#) mnoho příkladů. [Další](#) příklady, lidé utrácejí 12 000 USD za hrad ve hře. [EA](#) mělo za rok 2015 1,3 mld. USD na mikrotransakcích ve sportovních hrách. Další úžasný [článek](#) s vysvětlením a příklady.
  - Nový trend – Loot Boxy (krabice s náhodnými odměnami) – lze vydělat hraním hry (pomalé), ale také koupit. Nese prvky gamblingu a je to velmi výdělečné. [Video](#) s vysvětlením principů, ukázkami a polemikou.
-

- Předobjednejte teď! A můžete zaplatit víc. A to se vyplatí 😊
  - [Microsoft opens pre-orders for standard Xbox One X.](#)
  - Běžně využívaná taktika u digitálního obsahu, kde např. u her za předobjednávku dostanete skin na zbraň zdarma.
  - Proč se to dělá? Jste schopni pomocí pocitu omezené nabídky a bonusů donutit zákazníka k vyšší útratě. Budujete hype a zákazník aniž by znal výslednou kvalitu produktu jej koupí za plnou, nebo i vyšší cenu.
-

# D Cena na webu?

---

- Weby nefungují zadarmo, provoz webu není drahý, ale tvorba obsahu je spojena se značnými náklady.
  - Běžný systém financování je přes zobrazenou reklamu. (co ale AdBlock?)
  - Některé typy webů ale mají problém s inzerenty, proto řeší svou cenu jinak.
  - [Pirate Bay nahradil reklamy skriptem pro těžbu kryptoměn.](#)
  - [Místo reklamy těžba kryptoměn na počítačích návštěvníků. I tak se mohou weby živit.](#)
  - [Zamyšlení nad donate systémem a přijetí prohry – Zing.cz](#)
-

# Cena na porno webu?

---

- S tím souvisí zajímavý jev – jak se dá vydělat na porno stránce? Perfektní seriál [článků](#). Porno tvoří třetinu internetu (přenesených dat) – konektivita je drahá – inzerce ale nevýnosná – z čeho uživit?
  - Pornhub má prémiové členství = předplatné.
  - Xhamster má kreditový systém – nabiju si peníze a platím za každé video.
  - Jak uživatele přitlačím do věrnostního systému? Bez placení jen nízká kvalita.
  - To se ale dá obejít – stáhnou si to z Torrentů! Firma Malibu Media v USA žaluje lidi a vydělává tímto způsobem.
-



# E Cena jako nástroj podpory prodeje?

---

- Manipulace s cenou jsou běžně používány jako nástroj podpory prodeje.
  - Manipulaci s cenou je tedy možno chápat jako pobídku k nákupu (přímý stimul na okamžitou akci).
  - Sleva – v ČR jedno z nejlépe fungujících slov! Co se děje, když mají všichni slevy? Procento z ceny, pevná částka dolů, množstevní slevy, dočasné (happy hours), do vyprodání zásob (nechvalně známá Alza), prolink ze soušlů, sleva za dotazník/registraci.
  - Slevové portály – obrovský boom během týdnů (300+), pak zánik většiny, zbyly nejsilnější (cca 20) s dobrými partnery. Marže pro portál je 20-30%, nevýhodné pro firmy – v co doufají, když na portály chodí jen „notoričtí slevaři“?
-

# Cena jako nástroj podpory prodeje?

---

- Vzorke – e-book! Přístup k části článků. První díl seriálu. Dárky.
  - Výprodej – možnost rychlé komunikace, spárovat s ubývajícím počítadlem kusů.
  - Balíčky produktů – produkt plus něco přibaleného, celkem za nižší cenu.
  - Cross-selling – doporučení k nákupu, „zákazníci s tímto zbožím také nakoupili ...“.
  - Up-selling – výhodná nabídka pro přechod na vyšší verzi.
  - Hlídač ceny – upozorní mě na mnou zvolenou cenu.
  - Zobrazení nejprodávanějších produktů – manipuluje se zákazníkem.
  - Zboží skladem, prodloužená záruka, doprava zdarma, osobní odběr, diskuze u produktů a recenze.
-

- Vyberte si jakoukoliv část dnes probírané problematiky a najděte příklady na internetu, kde popíšete jak a proč to funguje, a jak by to měly využít malé české firmy.
-

# Konec prezentace

---

Děkuji za pozornost 😊

---