



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**

OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Marketing

Úvodní přednáška



Co se vám vybaví když se řekne marketing?



Co si představíte když se řekne marketing?

nauka o chápání trhu
tvůrčí práce
podpora prodeje propagácia
upoutat zákazníka tiktok zákazník/zaměstnanec
promování produktů zákazník
reklama na prodej pr psychologické triky
prodej obchod, prodej penízky
prezentace firmy propagace reklama, propagace
komunikace, reklama zákazníci propagace, reklama
reklama produktu peníze **reklama**
propagace produktu trh
spolupráce propagace firmy propagaci produktu
prezentace nákup a prodej zboží a služby
reklama pro firmu



Babiš navnadil sociální sítě na pravdu. Zřejmě šlo jen o marketing k jeho nové knize

Téma: Andrej Babiš ■ Eliška Havlíčková ■ 15. července 2021 21:34

ROZHOVORY

| 03. 03. 2021



O ROBOTICE: Vytisknout celý dům v 3D nelze, je to jen marketing

Zatímco obvodové zdi vytisknete, sklo rozho
Budoucnost je hlavně ve vývoji nových smě
v robotice je trendem nahrazovat kovové sc
plastovými pomocí 3D tisku, vysvětluje Tom

Druhá vlna je jen marketing, udržovat v lidech strach je
kontraproduktivní, tvrdí Žaloudík

19. srpna 2020



Nanoroušky jsou jen marketing,
tvrdí obchodní inspekce. Pod

vidět,

97 824

Dva problémy k řešení:

1. Marketing = reklama
2. Marketing = zlo



Marketing

Kvantitativní

Kvalitativní

Diagnóza

Segmentace

Targeting

Positioning

Strategie

Produkt

Místo

Cena

Komunikace:
Reklama
Public relations
Osobní prodej
Direct marketing

Taktiky



Nemusíme mít v kuchyni krávu když chceme mléko, protože někdo jiný ve společnosti krávy chová, další zpracovává mléko a další ho distribuuje do prodejen. Někdo tedy musí přemýšlet nad produktem, cenou, distribucí a komunikací. Díky marketingu jsou ve společnosti produkty které nám přinášejí hodnotu.



Lidské rozhodování



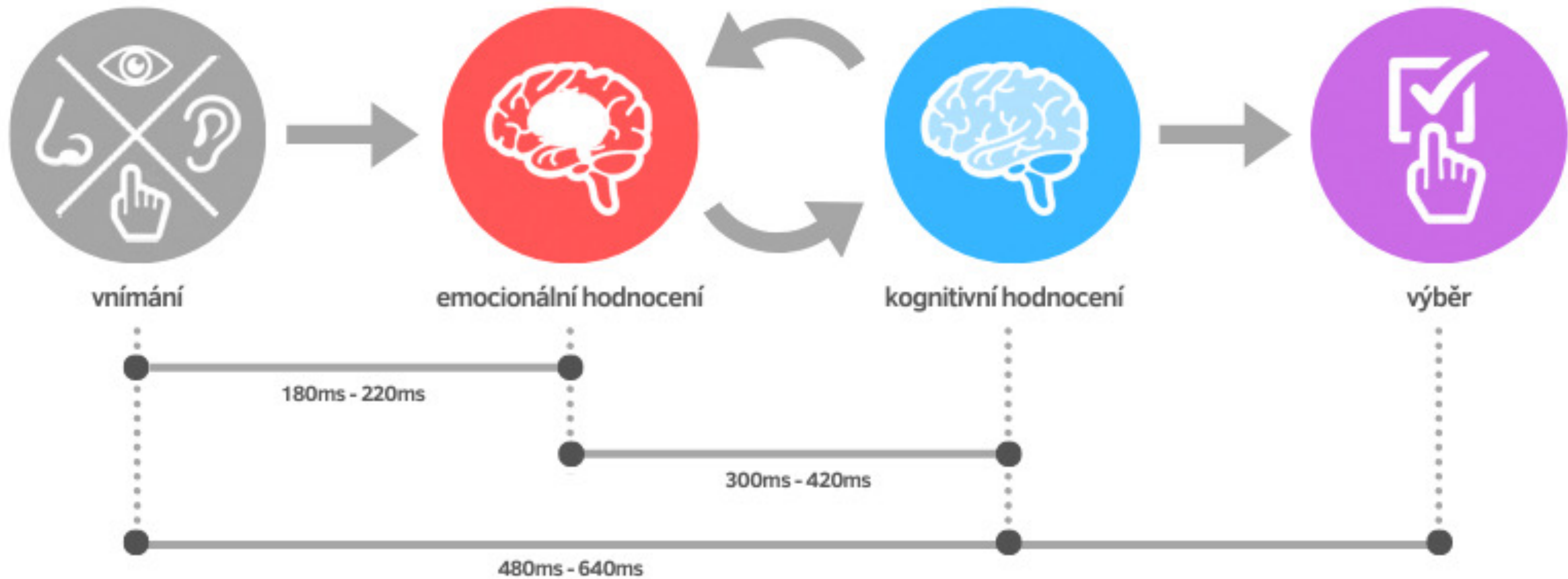
Emoce vs Rozum



Rozhodujete se při nákupu emocionálně nebo racionálně?



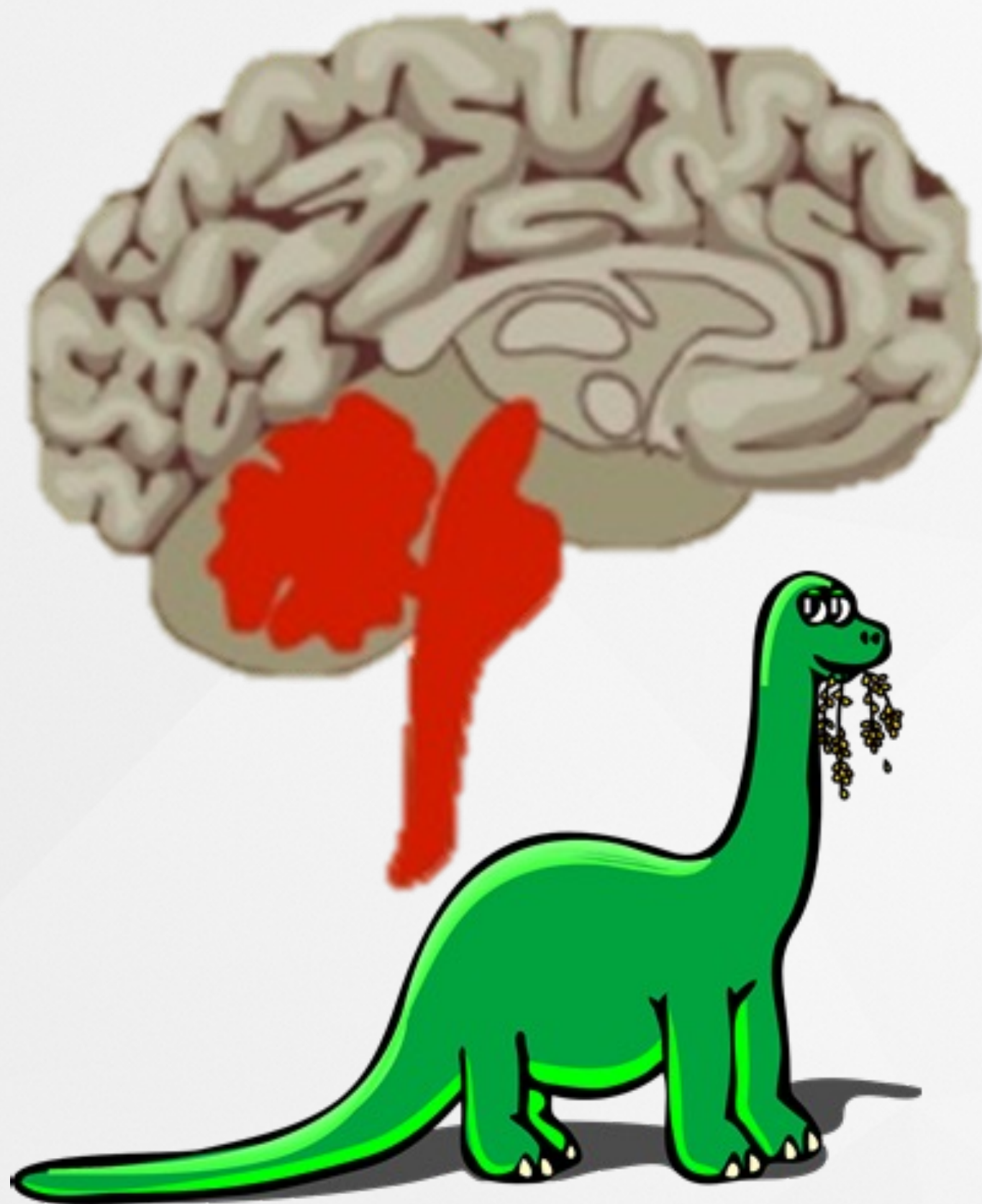
Rozhodovací proces



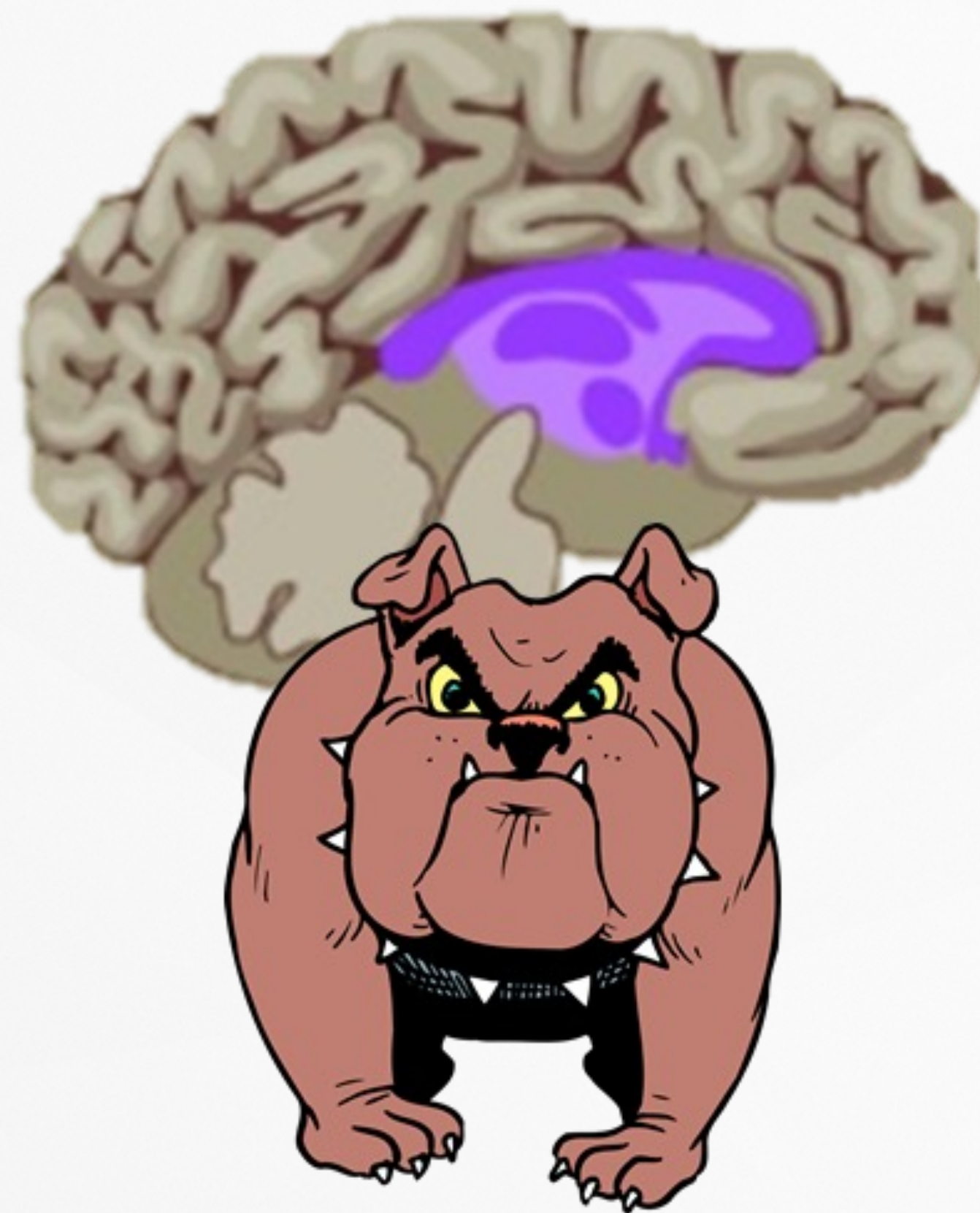


Rozhodovací proces

Mozkový kmen
Vitální funkce



Limbický systém
Emoce



Neokortex
Rozum



Rozhodovací proces

- Lidský mozek je výsledkem milionů let evoluce. Máme v sobě pevně zakódovány instinkty, které našim předkům pomohly přežít v malých skupinách lovců a sběračů.
- Naš mozek často dělá rychlé závěry bez velkého přemýšlení – jen tak jsme se dokázali vyhnout bezprostřednímu nebezpečí.
- Kdybychom pečlivě zkoumali každou informaci, každé rozhodnutí racionálně analyzovali, nemohli bychom v životě normálně fungovat.



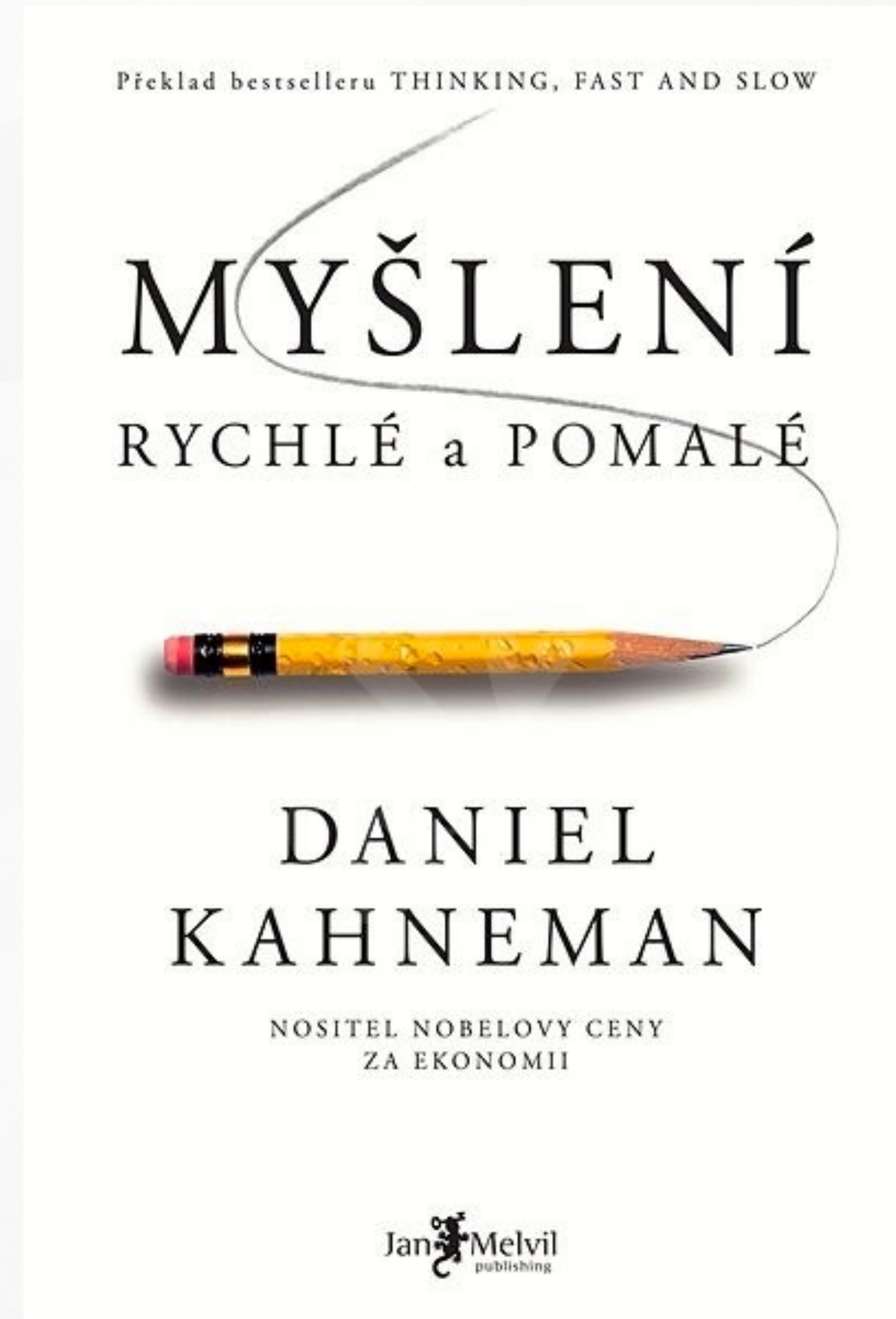
Rozhodovací proces

- K čemu slouží limbický systém?
- Tvoří emoce, chování a paměť
- Aktivuje fight or flight mód:
 - tygr -> strach -> útěk -> přežití -> geny
- Usnadňuje rozhodování o koupi



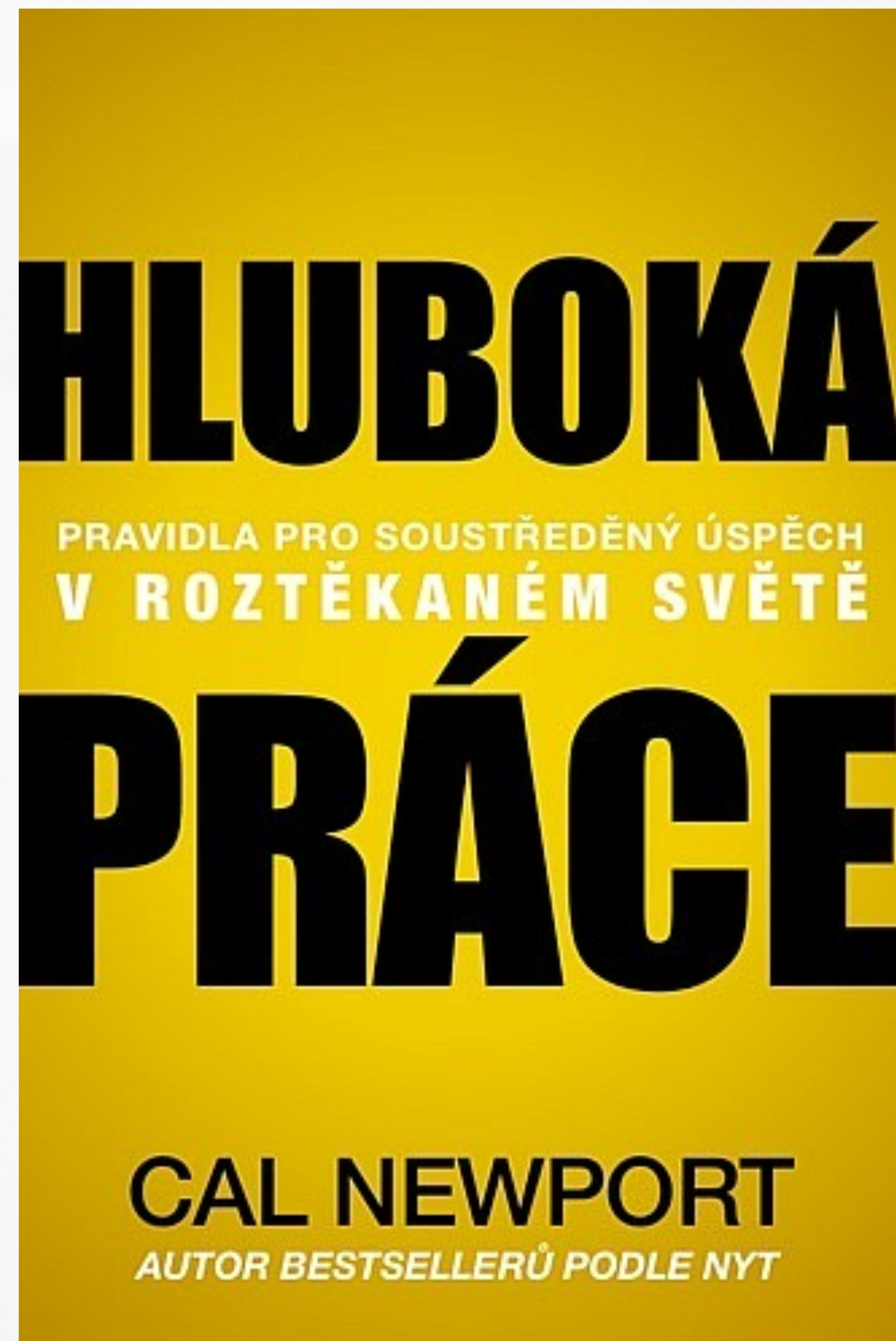
Instintky vs Rozum

- Dva systémy:
 - Systém 1: instinktivní, emocionální, podvědomý
 - Systém 2: pomalejší, rozumný, vědomý
- Naše životy dominantně řídí systém 1
- Systém 2 je pomalý ale umí velmi dobře některé důležité věci jako je učení se a plánování



ODBOČKA: Soustředění

- Pokud dáte prostor ovládat váš rychlý systém 1 důležité věci jako je vzdělání, nemáte šanci se cokoliv trvale naučit.
- „Největší konkurenční výhodou mezi lidmi nastupující generace bude schopnost se soustředit.“



Marketing



CO JE A CO NENÍ MARKETING?

Marketing není reklama nebo propagace, to jsou pouze jeho dílčí funkce.

Je to proces identifikace a pochopení potřeb zákazníka a tvorby řešení, která poskytují zákazníkům spokojenost.



CO JE A CO NENÍ MARKETING?

Marketing není reklama nebo propagace, to jsou pouze jeho dílčí funkce.

Je to proces identifikace a pochopení potřeb zákazníka a tvorby řešení, která poskytují zákazníkům spokojenost.



Co vlastně dělá firma orientovaná na zákazníka?

1. Pravidelně zjišťuje, jaké má zákazník potřeby a přání.
2. Má jasno v tom, jakou hodnotu zákazníkovi svým produktem přináší.
3. Dodržuje to, co slíbí.
4. Zajímá se o to, jak je zákazník s produktem a službami spokojený.
5. Umí komunikovat hodnotu.



Můžeme marketingově řídit

neziskovku?

radnici?

sportovní klub?

divadlo?



Co vlastně dělá člověk orientovaný na ostatní?

1. Vnímá potřeby a přání svého okolí.
2. Má jasno v tom, jakou hodnotu nabízí společnosti.
3. Dodržuje to, co slíbí.
4. Zajímá se o to, jak jsou s ním lidé v jeho okolí spokojeni.
5. Umí komunikovat.

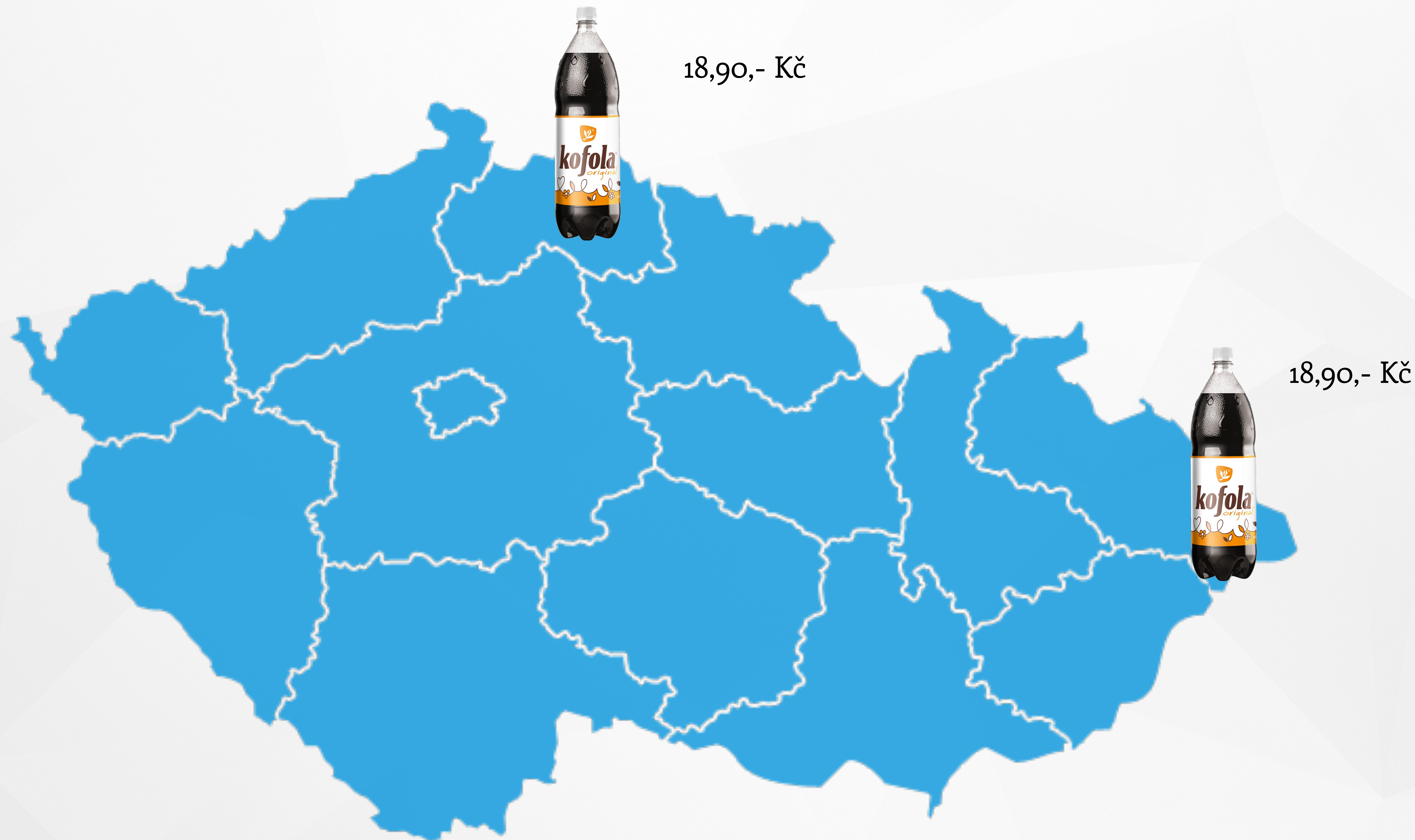


Marketing je proces doručování hodnoty
zákazníkovi



Co je hodnota?





Benefits – náklady = hodnota pro zákazníka



Typy hodnoty

- **Sentimentální hodnota**

- Hodnota pouze pro člověka, který s produktem váže určitou významnou zažitou zkušenost.



- **Nevyčíslitelná hodnota**

- Hodnota je v tomto případě v unikátním procesu, který se uskutečnil před, během nebo po vytvoření produktu.



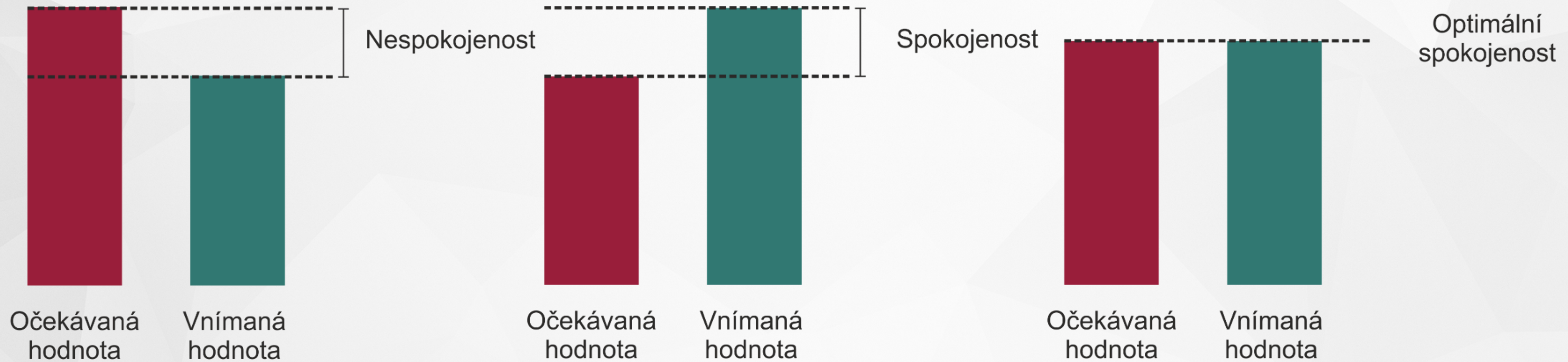
- **Hodnota očekávaná (Expected value)**

- **Hodnota vnímaná (Perceived value)**

- Rozdíl mezi hodnotou očekávanou a hodnotou vnímanou rozhoduje o spokojenosti zákazníků.



Jak vzniká spokojenost?

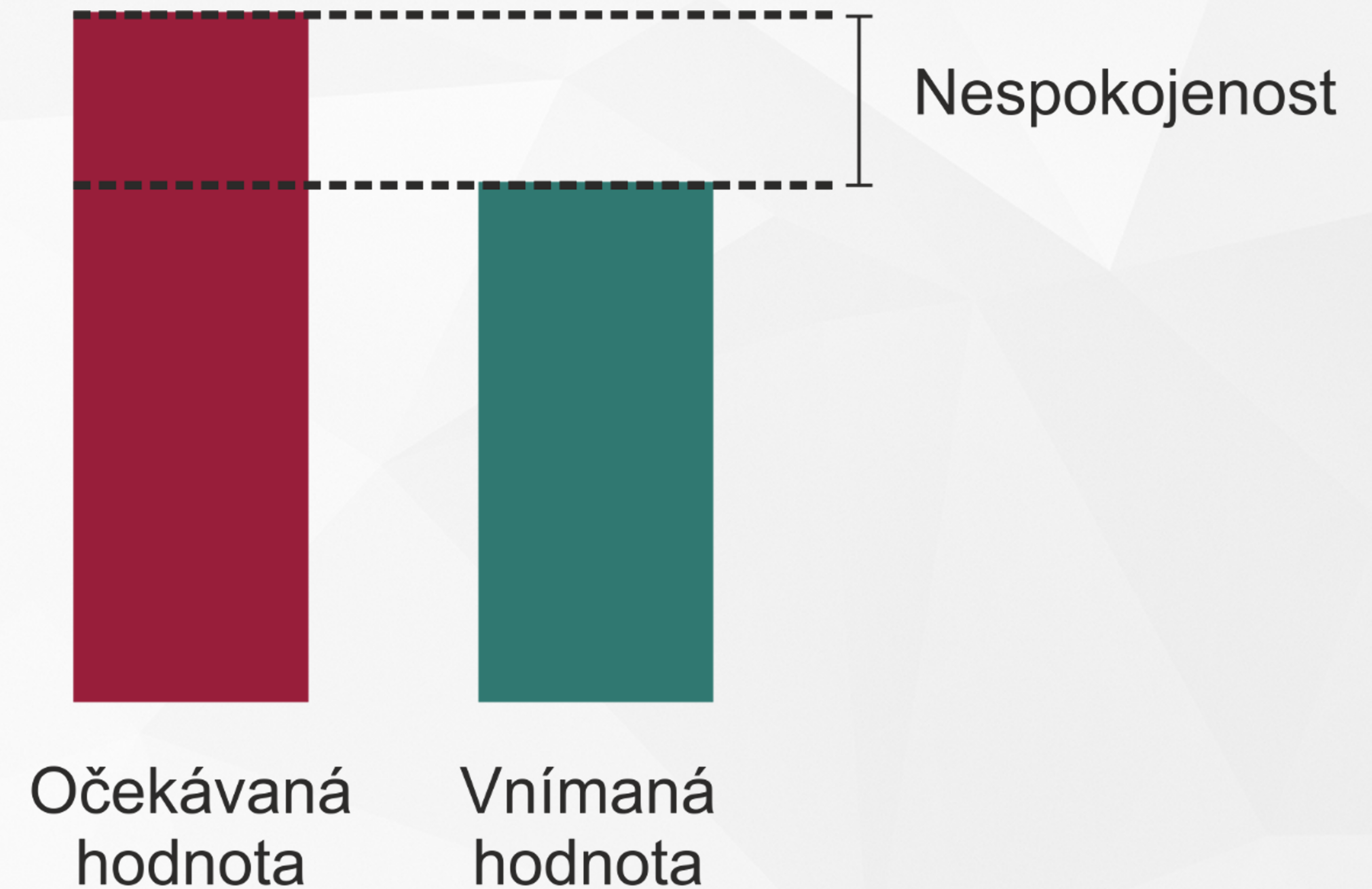


Jak se chová spokojený zákazník?



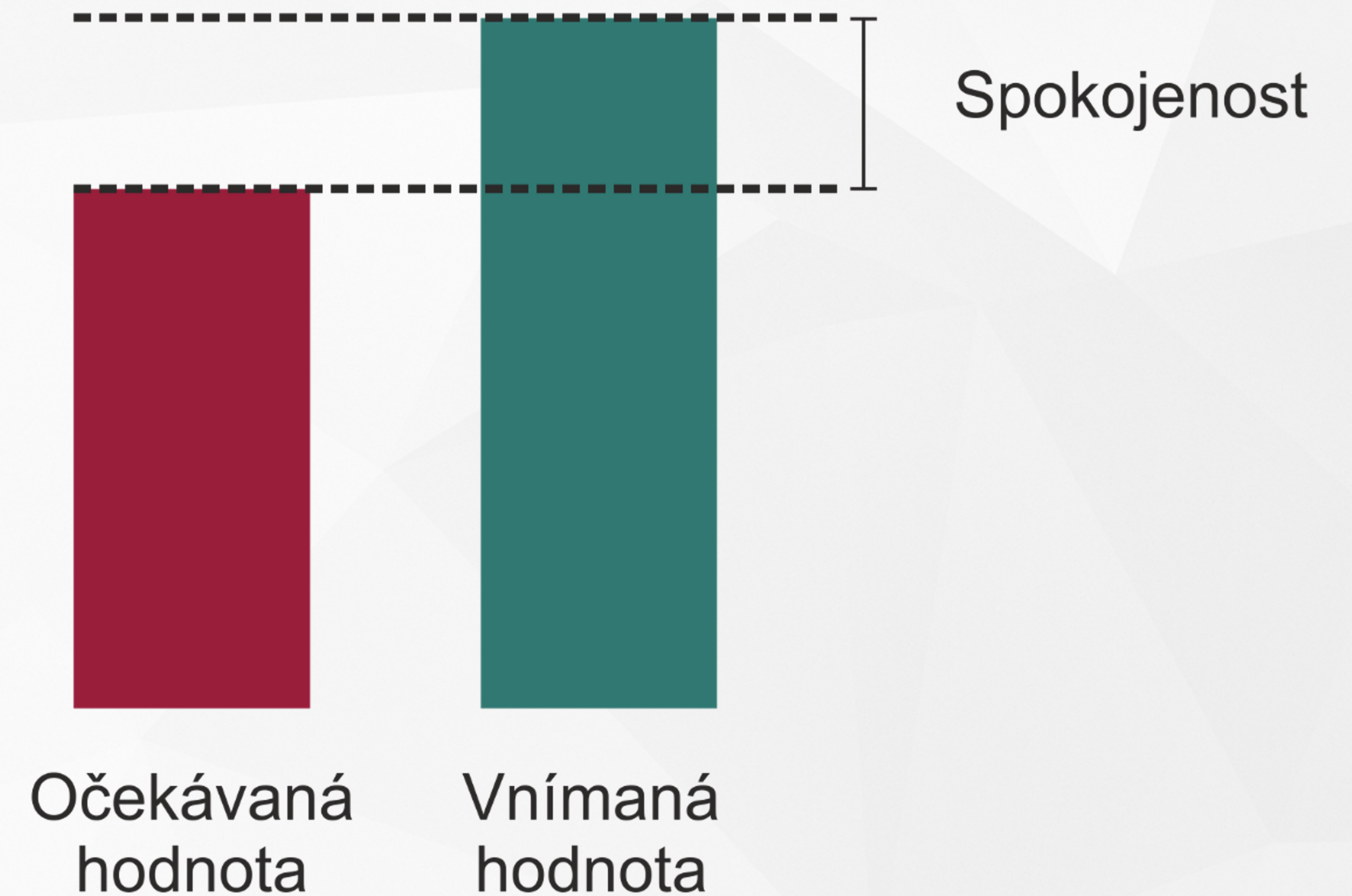
A) Nespokojenost

- Základní strategie snižování nespokojenosti:
- $\downarrow OH - VH = \uparrow Spokojenost$
 - Jednoduše neslibovat to, co zákazník nezíská koupí produktu. Odrazí se ovšem na snížení konkurenceschopnosti produktu/značky.
- $OH - \uparrow VH = \uparrow Spokojenost$
 - Zvyšovat vnímanou hodnotu pomocí inovací produktu, lepší komunikací skutečných benefitů, poskytnutí dodatečných služeb.



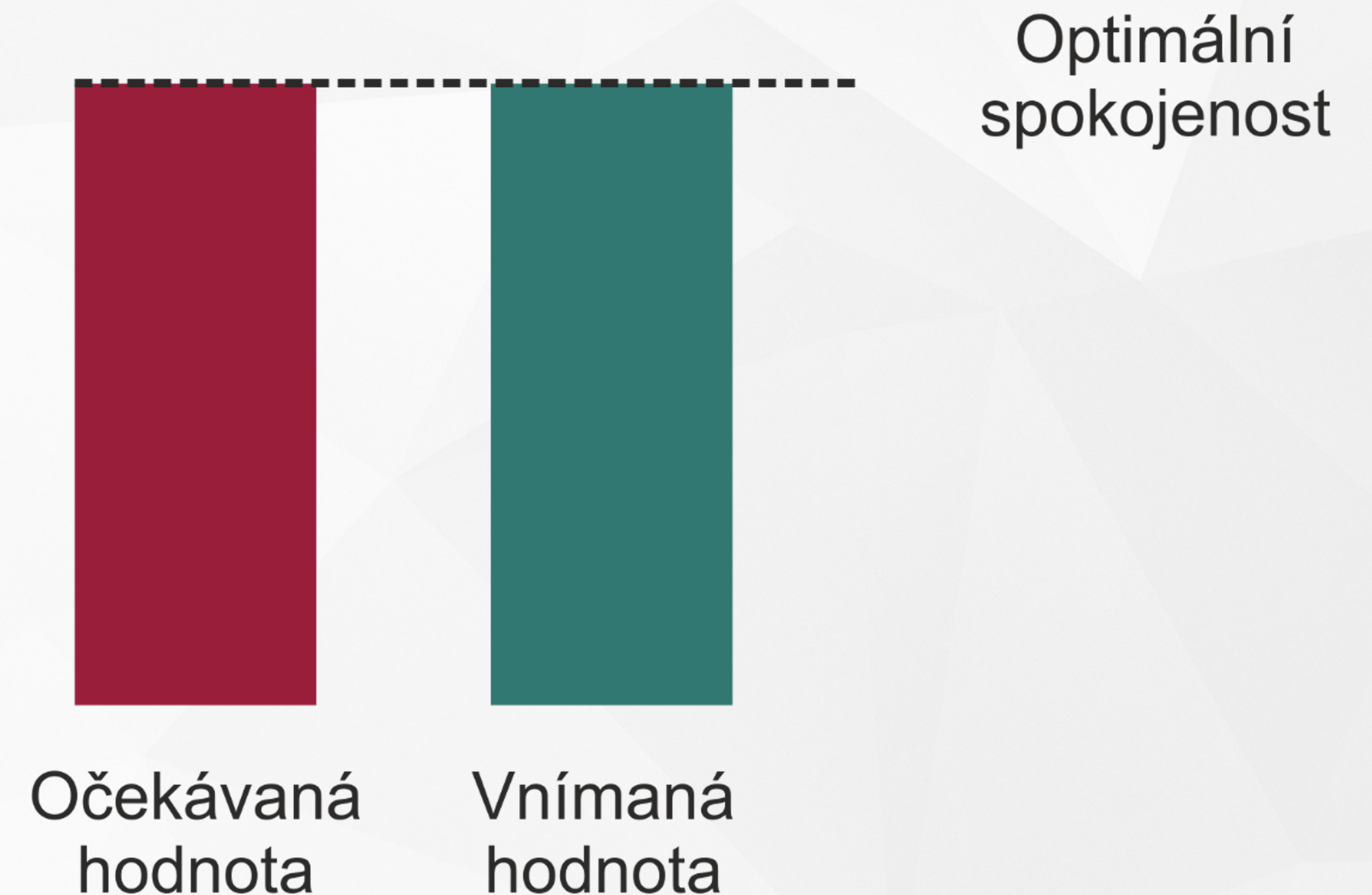
B) Spokojenost

- Základní strategie optimalizace spokojenosti:
- $\uparrow OH - VH = Spokojenost$
 - Zvyšováním očekávané hodnoty dojde ke zvýšení poptávky a silnější konkurenční pozici. Zákazník bude od produktu očekávat více a to také díky vysoké vnímané hodnotě dostane.



C) Optimální spokojenost

- Nastává tam, kde očekávání a následné vnímání hodnoty osciluje okolo společné hodnoty.
- Tento hypotetický stav zaručuje, že firma neslibuje něco co nemůže splnit, ale zároveň neslibuje tak málo, že by nebyla v konkurenci ostatních firem pro zákazníka atraktivní.



Vliv očekávání na chuť

- Existuje jedna potvrzená výjimka, kdy zvyšování očekávané hodnoty zvyšuje také hodnotu vnímanou a tou je **jídlo**.
- Jelikož hodnotíme jídlo čistě subjektivně, hraje velkou roli jak je prezentováno/servírováno.
- Zákazníkům bylo v jednom z experimentů nabídnuto brownie, které měli následně ohodnotit. Zákazníci ale nevěděli, že jsou rozděleni do tří skupin a každá z nich má jiným způsobem tento dezert naservírován.



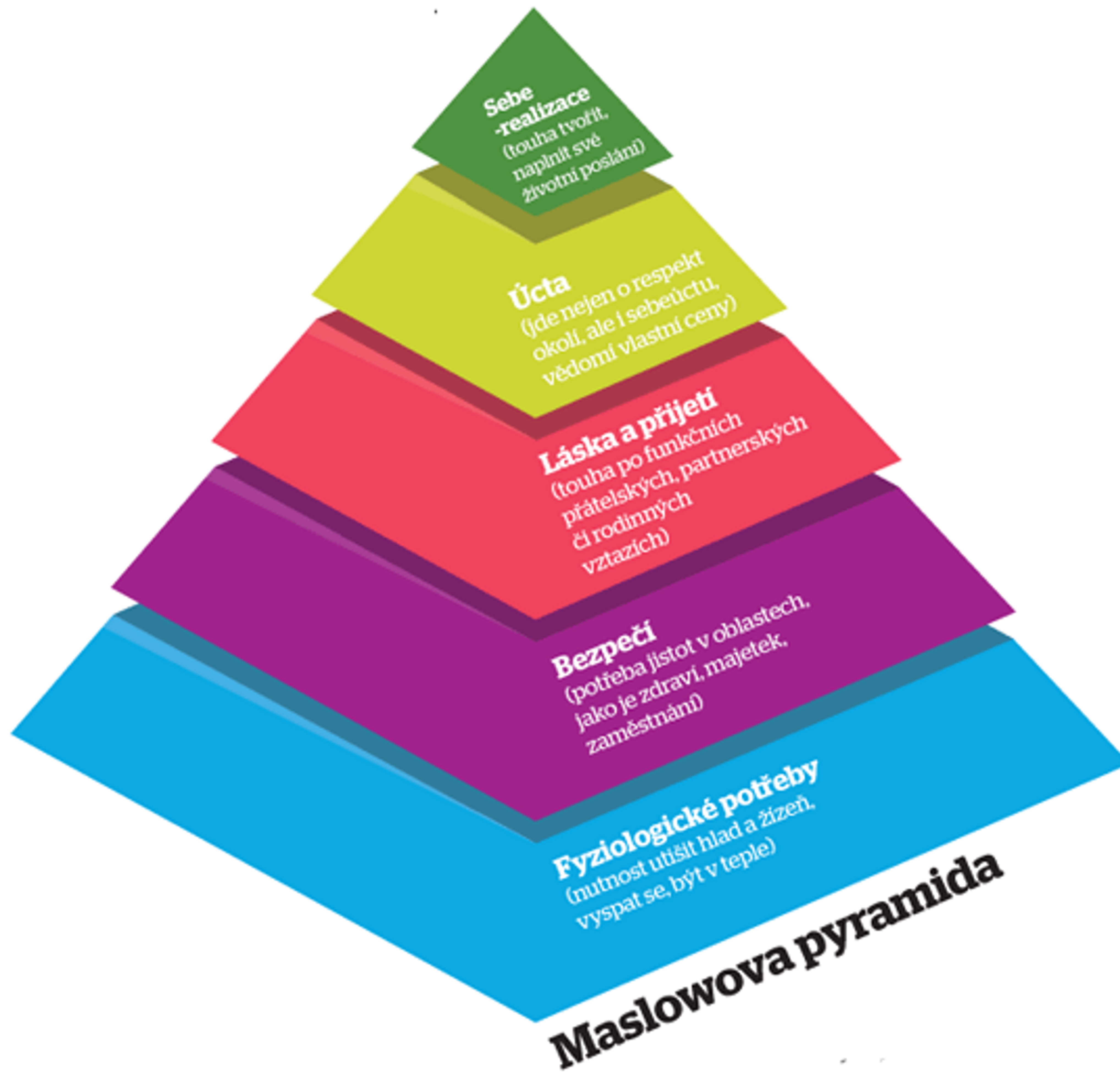
Vliv očekávání na chuť

- Zákazníci hodnotili následovně:
 - Na ubrousku: OK
 - Na papírovém tácku: Dobré
 - Na čínském porcelánu:
Vynikající
- Podobně dopadla i průměrná cena, kterou byli ochotni za brownie zaplatit.
 - Na ubrousku: 53c
 - Na papírovém tácku: 76c
 - Na čínském porcelánu: 1.27\$



Co znamená potřeba?





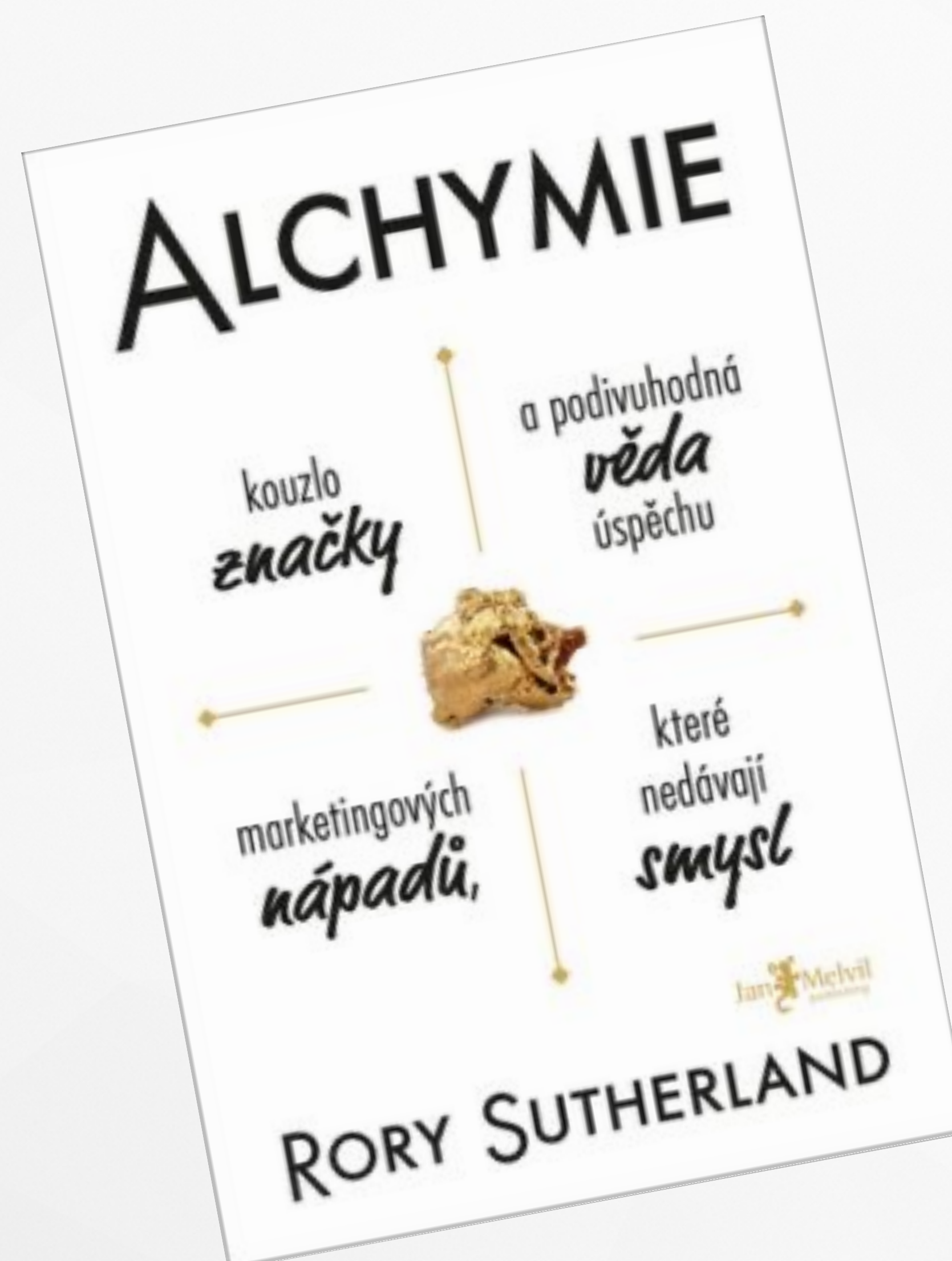


Která úroveň Maslowovy pyramidy potřeb je u produktů Apple běžná?



„You can either find out what people want and work out the clever way of delivering it. Or you can work out what you can deliver and find the clever way of making people want it.“

Rory Sutherland



SHRNUTÍ

- Víme co je a není marketing
- Víme jak se lidé rozhodují
- Víme co je hodnota
- Víme co je potřeba



Skupina na Facebooku



Karla Foltisová
23. květen · 🌐

Už jste viděli AI Masterpiece? 🤖

Článek: <https://www.coca-colacompany.com/.../coca-cola-launches...>

Celá reklama: <https://youtu.be/VGa1imApfdg>



Daniel Kvíčala
13. únor · 🌐

Svátek reklamy je tady! Co říkáte na letošní repertoár? 🤔



FOCUS-AGE.CZ

Hvězdné války aneb TOP 10 reklam Super Bowlu 2023 – Marketing Journal

Finále play off NFL vyhráli Kansas City Chiefs nad Philadelphia Eagles v poměru 38:35... A ...

Lumir Biskup
18. duben · 🌐

I v akcích se dají najít nové, neotřelé a odvážné metody...



Děkuji za pozornost



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

