

# Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



## Zarządzanie

Pokonać konkurentów - rynkowe strategie przedsiębiorstw

Ewa Borys

Magda Landzwójczak

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

12 marca 2018 r.

Organizatorzy





**Nie pożyczę ci notatek**  
bo jesteś dla mnie konkurencją na rynku pracy

# Konkurencja





# Przewaga konkurencyjna

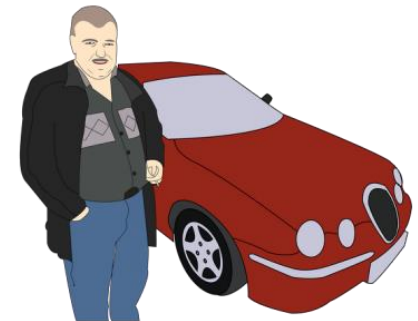
Efekt odpowiedniego wykorzystania zasobów przedsiębiorstwa.  
Umiejętność przewidywania i dostosowywania się do zmian zachodzących na rynku.



# Czym firmy konkurują między sobą?

- Produkt lub usługa lepsza od konkurencji
- Niższa cena
- Wyższa jakość produktu
- Kompleksowe zaspokojenie potrzeb klienta
- Lepsza obsługa
- Posiadane patenty
- Kanały marketingowe
- .....

**CENA DO USTALENIA**

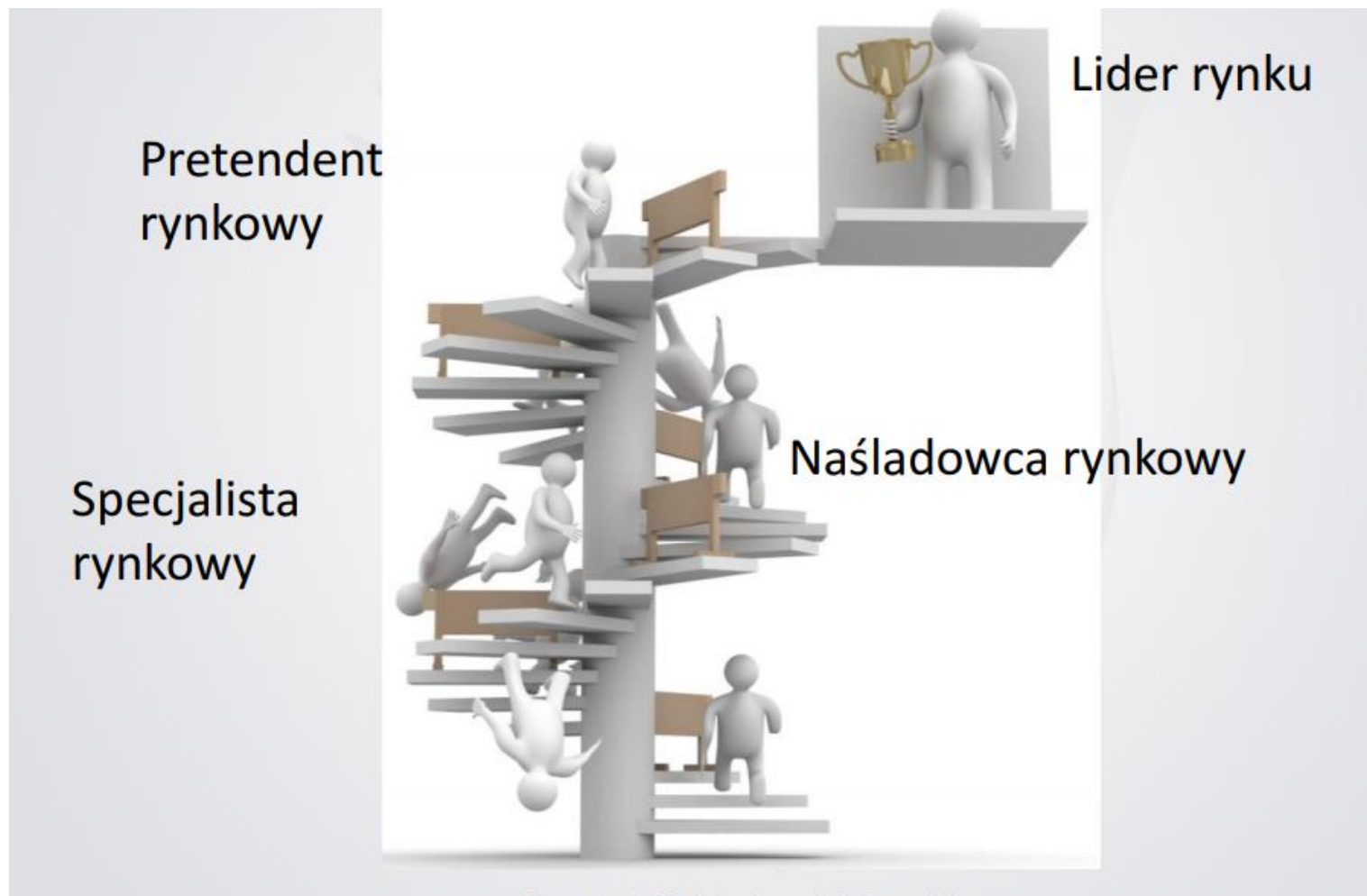


**PRZEBIEG TEŻ**

# Jak zwiększyć przewagę na rynku?

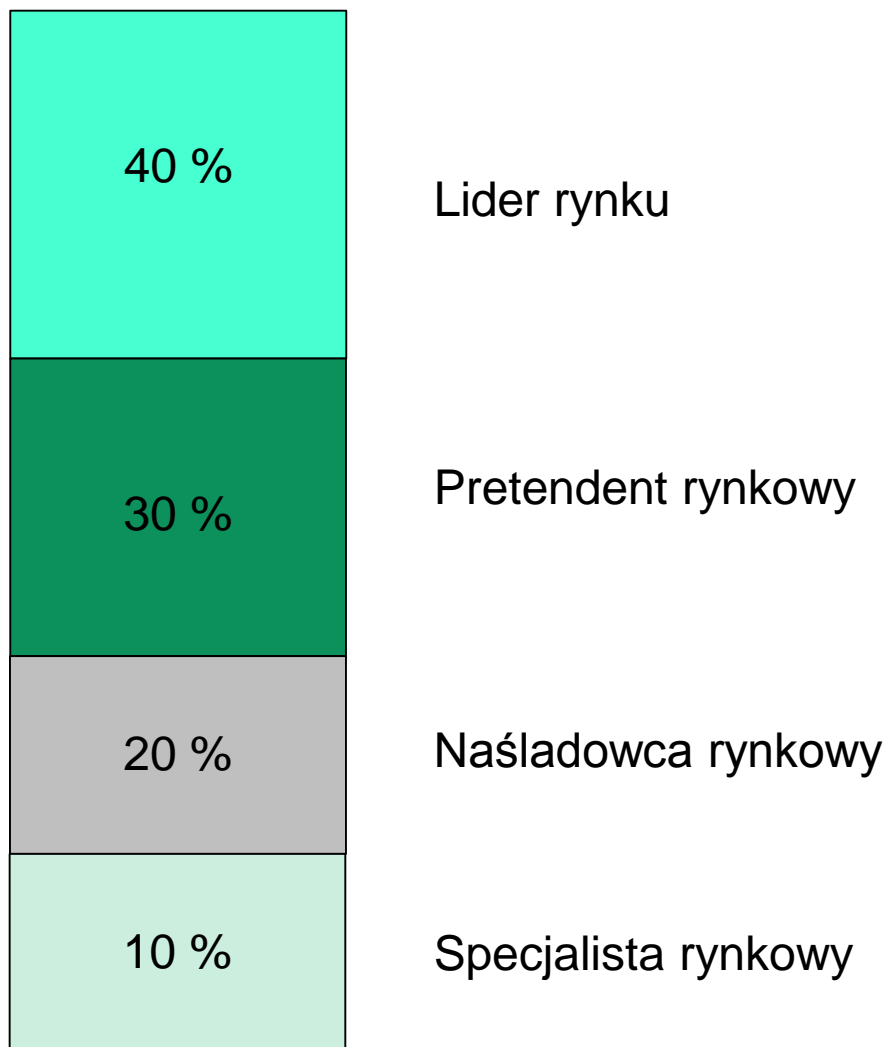


# Strategie ze względu na udział w rynku



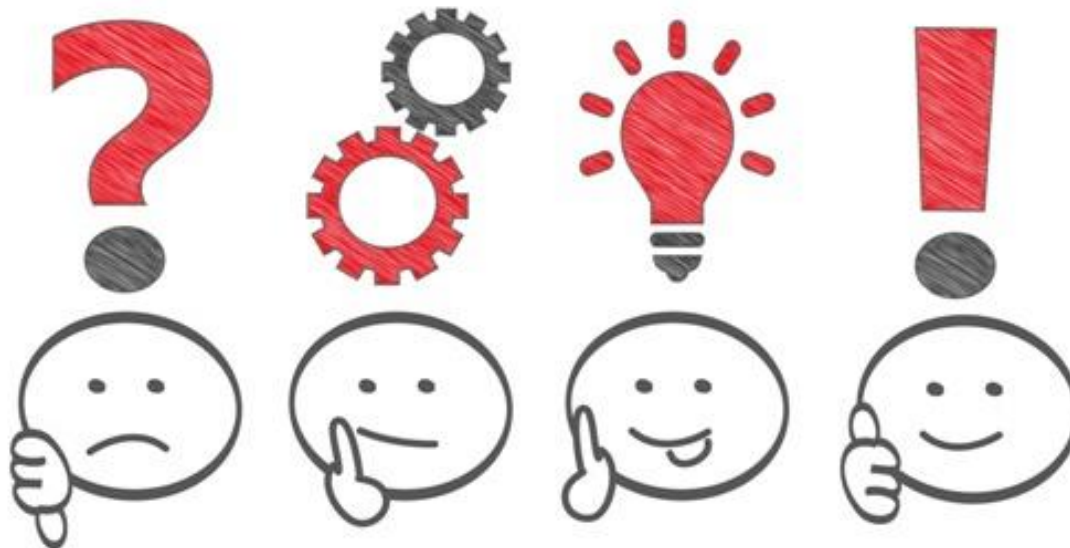


# Hipotetyczna struktura rynku

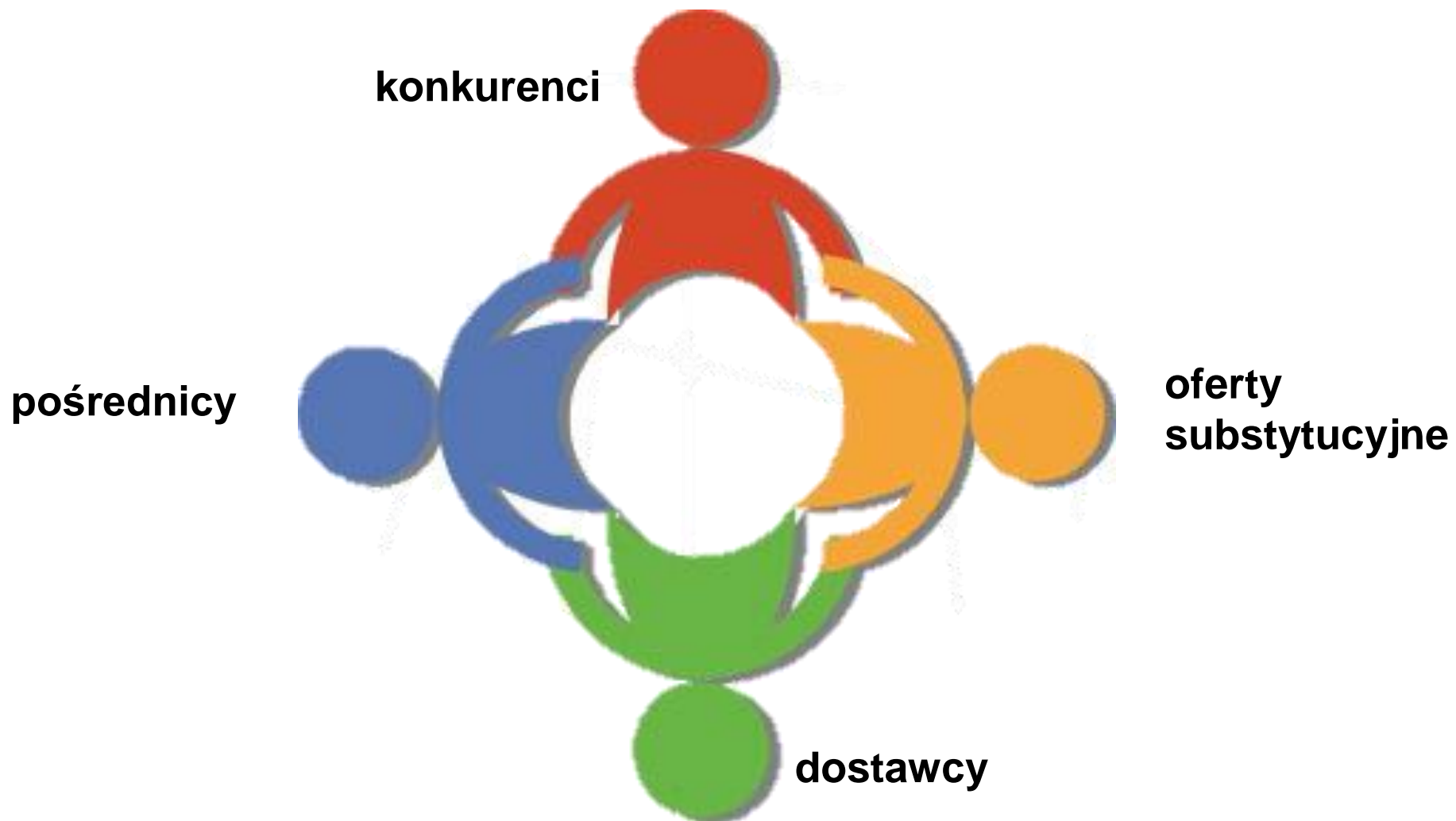


# Strategie konkurowania

- **niskich kosztów** (niskich cen) – *nikt nie robi tego taniej!*
- **dyferencjacji** (zróżnicowania) – *nikt nie robi tego lepiej!*
- **koncentracji** (na wybranym segmencie rynku) – *z myślą o tobie!*



# Analiza otoczenia konkurencyjnego



# Jak konkurują między sobą banki?



# Niskie koszty a wysoka jakość

---

OFERUJEMY 3 RODZAJE USŁUG  
**DOBRZE-TANIO-SZYBKO**  
ALE MOŻESZ WYBRAĆ TYLKO DWIE

---

**DOBRZE** i **TANIO** NIE BĘDZIE **SZYBKO**

---

**SZYBKO** i **DOBRZE** NIE BĘDZIE **TANIO**

---

**TANIO** i **SZYBKO** NIE BĘDZIE **DOBRZE**

---

# Niskie koszty a wysoka jakość



Postrzeganie poziomu atrakcyjności rzeczy/usług  
**zależne jest od wysokiej lub niskiej ceny.**

To kwota tworzy przekonanie o większej wartości,  
automatycznie zmieniając nasze widzenie i ukierunkowanie.

# Zadanie - niskie koszty a wysoka jakość

- Stworzenie przedmiotu o charakterze użytkowym z dostępnych rzeczy i w określonym czasie. Produkt powinien być atrakcyjny wizualnie, estetyczny, powinien cechować się innowacyjnością.
- W czasie prezentacji należy wspomnieć o wybranej strategii – jakościowa czy cenowa?
- Wycena przedmiotu – dlaczego tyle?
- Po prezentacji wszystkich przedmiotów grupa głosuje, który produkt by kupiła – wygrywa największa ilość głosów.

