

Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



Rola marketingu we współczesnym świecie

Czym jest marketing?

dr Mikołaj Pindelski

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

7. maja 2013 r.

Organizatorzy



Partner strategiczny

NBP
Narodowy Bank Polski

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

Marketing to....







Ale także bardziej tradycyjnie :
marketing mix

Zbiór dających się sterować
taktycznych instrumentów
marketingowych – produkt, cena,
dystrybucja i promocja – których
kompozycję firma ustala w taki
sposób, aby wywołać pożądaną
reakcję na rynku docelowym.

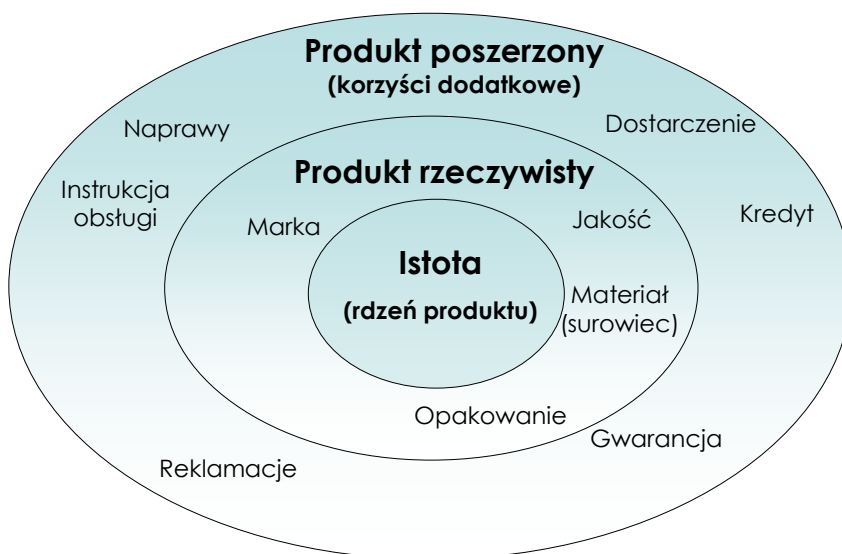
Philip Kotler,

ELEMENTY MARKETING MIX

Robert Lauterborn

- PRODUCT** - produkt, usługa, zakres oferty
(np. jakość produktu, szerokość i głębokość oferty)
- PRICE** - cena
(w tym warunki płatności)
- PLACE** - dystrybucja, metody sprzedaży
(np. dobór pośredników, lokalizacja punktów obsługi klienta, sprzedaż internetowa)
- PROMOTION** - komunikacja marketingowa
(np. reklama, PR, sales promotion, sponsoring, komunikacja nieformalna)

Produkt jako element marketingu



Produkt jako element marketingu

Opakowanie

zewnątrzna część produktu, dowolnej postaci pojemnik, w którym sprzedawany jest produkt

Pierwszy kontakt klienta z produktem – poprzez opakowanie

Istotny i kosztowny element strategii marketingowej

Produkt w 5 zmysłach



Cena jako element marketingu mix

- Czyli ile co kosztuje
- I dlaczego ktoś miałby za to tyle właśnie płacić
- Kto za kogo płaci ?
- Elastyczność cenowa

| 10 wybranych produktów | www.alma24.pl | www.frisco.pl | www.hipernet24.pl | www.dodomku.pl | www.a.pl |
|---|--|---|---|---|---|
| Płyn do prania Perwoll Balsam 1L | 9,99 zł | 9,99 zł | 10,99 zł | 9,87 zł | 10,49 zł |
| Hortex sok pomarańczowy 100% 2L | 8,49 zł | 8,99 zł* | 7,79 zł | 8,70 zł | 8,79 zł |
| Kawa Nescafe Classic 200g | 24,90 zł | 19,99 zł | 20,79 zł | 19,87 zł | 20,99 zł |
| Lubella Makaron Spaghetti 500g | 3,49 zł | 3,09 zł | 3,69 zł | 3,99 zł | 2,99 zł |
| Mleko Łaciate 2% tł. 1L | 2,59 zł | 2,59 zł* | 2,79 zł | 2,97 zł | 2,59 zł |
| Milka czekolada mleczna z całymi orzechami 100g | 3,49 zł | 3,69 zł | 3,19 zł | 3,65 zł | 3,99 zł |
| Knoppers wafelek mleczno-orzechowy 25g | 1,19 zł | 1,29 zł | 1,15 zł | 1,39 zł | 1,39 zł |
| Filet z kurczaka 1kg | 17,20 zł | 17,98 zł* | 18,99 zł* | brak | 17,99 zł |
| Bułka Kajzerka | 0,45 zł | 0,29 zł* | 0,24 zł* | brak | 0,35 zł |
| Płatki Chocapic 225g | 6,29 zł | 5,49 zł | 5,95 zł | 4,99 zł | 4,99 zł |
| Suma | 78,08 zł | 73,39 zł | 75,57 zł | 55,43 zł (brak dwóch produktów) | 74,56 zł |
| Uwagi dot. zamówień | zakupy realizowane tylko w wybranych obszarach (głównie duże miasta) | * produkty dostępne tylko na terenie Warszawy i okolic | * produkty dostępne tylko na terenie Warszawy i okolic | * relatywnie mały wybór produktów | zakupy realizowane tylko w Bydgoszczy, Krakowie, Olsztynie i Warszawie |
| Najniższe ceny (ilość) | 2 | 1 | 4 | 3 | 3 |
| Najwyższe ceny (ilość) | 3 | 0 | 2 | 3 | 2 |
| Brak towaru | | | | 2 razy | |
| | www.alma24.pl | www.frisco.pl | www.hipernet24.pl | www.dodomku.pl | www.a.pl |
| Dostawa | 9,90 lub 0 zł | 12 zł | 18 zł | 13 zł (kurier, opłacone przelewem) | 20 zł |
| łącznie do zapłaty: | 78,08 zł (z dostawą 0 zł) | 85,39 zł | 93,57 zł | 68,43 zł (brak dwóch produktów) | 94,56 zł |
| Uwagi dot. dostaw | poniżej 50 zł - 14,90 zł od 51 do 100 zł - 9,90 zł W zależności od dnia i godziny, dostawa może być darmowa i przy zamówieniu od 50 zł. Warto więc wybrać termin, aby dostawa była za darmo. | Dostawa kurierem od 50 zł Warszawa - bezpłatna dostawa przy zamówieniu powyżej 200 zł Okolice Warszawy - bezpłatna dostawa po przekroczeniu 250 zł | Bezdop. d. do zależności dot. dostaw (dni, godziny, święta, waga, obszar km od sklepu). Produkty określone jako nietruwalne dostarczane tylko na terenie Warszawy i okolic. | kurier, gotówka - 17 zł kurier, przelew - 13 zł na terenie Trójmiasta - 5 zł wysyłka zagraniczna do krajów UE - 150 zł koszt dostawy uzależniony dodatkowo od wagi zamówienia. | Pierwsze zamówienie za ponad 100 zł - za darmo od 150 zł - za darmo od 100 do 149,99 - 10 zł od 99,99 zł - 20 zł dostawa ekspresowa - 40 zł |
| Płatność kartą przy odbiorze | Tak | Tak | Tak | Nie | Tak |

cenę z dnia 6.04.2011 r. / na zielono oznaczone najniższe ceny, na czerwono - najwyższe

Kanał dystrybucji

- Gdzie to mogę kupić ?
- Kto mi to sprzeda ?
- Jak można to sprzedawać ?

Zatem kanał dystrybucji zależy od:

Promocja

Zespół działań i środków, poprzez które przedsiębiorstwo przekazuje na rynek informacje dotyczące produktu lub firmy , kształtuje potrzeby nabywców, pobudza oraz ukierunkowuje popyt

Promocja

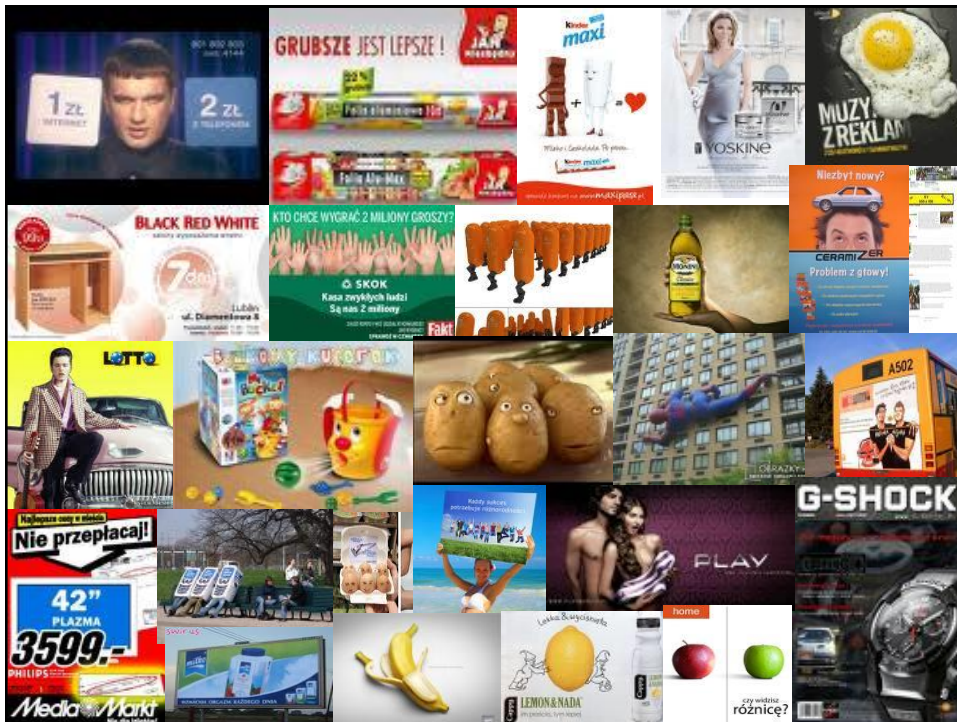
- Działanie mające na celu pobudzenie skłonności do zakupu za pomocą procesu komunikowania się z nabywcami
- Sztuka pozyskiwania nabywców
- Komunikowanie się z konsumentem

Promocja

Reklama

płatna forma komunikacji marketingowej na temat organizacji, produktu, usługi lub pomysłu

Zwykle ktoś się pod nią podpisuje



Jak to działa w praktyce

Reklama skierowana do dzieci

- Głośniejsza niż inne programy nadawane przed i po reklamie.
- Żywa, kolorowa, z dużą dawką ruchu.
- Często z piosenką lub hasłem łatwo wpadającym w ucho, żeby dzieci szybko zapamiętały i sobie go nuciły lub żeby przychodził im do głowy jak tylko padnie słowo – hasło.
np. Zawsze Produkty z..... polecają się.
- Odwołujące się do autorytetów, które pozwalają na zakup lub jakieś zachowanie – obecność w reklamie dziadków i rodziców, ew. nauczycieli.

efekty

- Reklama przekazuje często wypaczone i nieprawdziwe świat i rzeczywistość. Znikają różnice pomiędzy faktami a marzeniami i wyobraźnią. W umysłach dzieci – reklama to często obraz prawdziwego życia i prawdy o nim.
- Reklama promuje wzory zachowań i postaw – dzieci starają się naśladować to, co dzieje się w reklamie i występujących tam aktorów. Dotyczy to zarówno sposobu mówienia i języka, jak i zachowań, ubioru itd.
- Promowanie postaw konsumpcyjnych – dzieci chcą mieć więcej, wciąż nowych rzeczy, celem ich życia staje się posiadanie. Porównują się z innymi głównie, lub wyłącznie pod względem tego, co mają. O ich wartości w grupie zaczynają stanowić posiadane rzeczy.
- Bywa, że reklama wzbudza (zwłaszcza wśród dzieci) agresję, erotyzację wyobraźni, chęć posiadania, łakomstwo, poszukiwanie łatwych i szybkich rozwiązań problemów itp.

efekty

- Ustala normy wychowania oparte na nagrodach i poczuciu nieustannego szczęścia wynikającego z posiadania rzeczy. Reklamy dopuszczają liczne zachowania, które w realnym świecie są niedopuszczalne (np. niebezpieczne, lub zwyczajnie niegrzeczne).
- Stwarza przekonanie, że jak się czegoś chce, to trzeba to mieć i w efekcie się to ma.
- Zdarza się, że tworzą lub utrwalają stereotypy – mama gotuje i opiekuje się dziećmi, tata naprawia parkan i kieruje samochodem. Mama leczy, tata i dzieci chorują.
- Niemal (często) bezkrytyczny odbiór reklamy przez młodych odbiorców stwarza znaczne pole do manipulowania ich postawami.

Ale reklama może także:

- Budować pozytywne postawy związane np. z wartościami tradycyjnymi – czytanie, higiena, poszanowanie starszych, pomaganie w obowiązkach domowych.
- Uczyć pożądanых zachowań jak konieczność mycia zębów, wizyty u okulisty itp.
- Pokazuje nowe modele zachowań i tworzy nowe kody kulturowe (hasła, powiedzonka i zwroty, które wszyscy rozumiemy)
- No i konsumpcja napędza gospodarkę...