

Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



Wprowadzanie produktu na rynek

Dr Justyna Szumniak-Samolej

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie



SGH
Szkoła Główna
Handlowa
w Warszawie

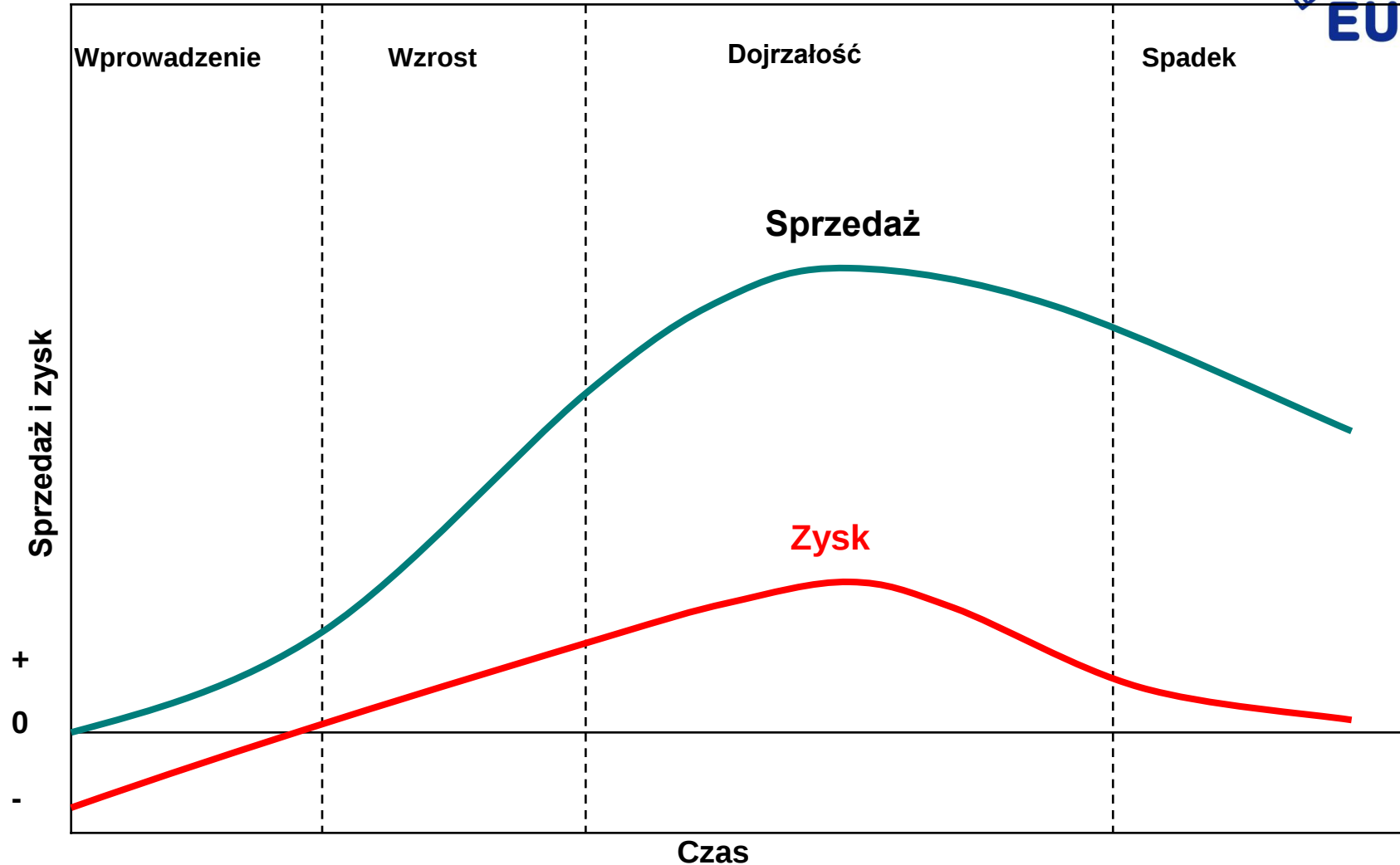
Co oznacza „wprowadzanie produktu na rynek”?

Wprowadzenie na rynek –
zaplanowane i zorganizowane działanie,
którego celem jest wprowadzenie nowego
produktu lub usługi do sprzedaży.

Jaka jest różnica między produktem a usługą?

Cykl życia produktu

Np. nowy model butów, keczup Pudliszki



**Jakie są główne
problemy i potrzeby
Twojej klientki/Twojego klienta?**

**Czym musi się charakteryzować produkt
lub usługa, aby rozwiązać problemy
klientki/klienta
lub odpowiedzieć na jej/jego potrzeby?**

Propozycja wartości

Propozycja wartości to obietnica korzyści dla klienta, która wyróżnia produkt/usługę na rynku.

Propozycja wartości



- **Jakość**
- **Cena**
- **Nowość**
- **Funkcjonalność**
- **Design**
- **Wygoda**
- **Czas**
- **Oszczędność**
- **Ekologia**
- **Interakcja z klientem**
- **Troska o klienta**
- **Rozrywka**
- **Doświadczenie**
- **Pozytywny wpływ zdrowie**
- **...**

Propozycja wartości - przykłady



Propozycja wartości w branży turystycznej:

Organizujemy unikalne wycieczki tematyczne, które pozwalają na pełne zanurzenie się w kulturze danego kraju. Oferujemy lokalne doświadczenia, których nie znajdziesz w tradycyjnych ofertach turystycznych, oraz zapewniamy pełną organizację podróży, od transportu po zakwaterowanie.

Propozycja wartości w branży mody:

Nasza kolekcja odzieży łączy najnowsze trendy z wyjątkową wygodą i jakością materiałów. Oferujemy ubrania, które pasują do każdego stylu życia współczesnych nastolatków. Produkty są wykonane z ekologicznych materiałów, dbając o przyszłość naszej planety.

Propozycja wartości dla baru:

Odkryj nowy wymiar szybkości i zdrowia w kuchni. Nasze menu, przygotowane z najlepszych lokalnych i organicznych składników, jest gotowe w zaledwie 10 minut. Ciesz się wyjątkowymi smakami, które nie tylko zadowolą Twoje podniebienie, ale także wspierają Twoje zdrowie, zrównoważony styl życia oraz pozwalają zaoszczędzić Twój czas."

Etapy wprowadzania produktu na rynek



1. **Poszukiwanie pomysłu i definicja produktu:**
 1. Zidentyfikowanie potrzeb rynkowych i potencjalnych klientów.
 2. Definicja produktu i jego unikalnych cech.
2. **Analiza marketingowa i ocena pomysłu:**
 1. Badanie rynku, analiza konkurencji i prognoza popytu.
 2. Ocena opłacalności i potencjału produktu.
3. **Rozwój produktu:**
 1. Projektowanie i rozwój produktu zgodnie z ustalonymi wymaganiami.
 2. Testowanie prototypów i weryfikacja jakości.
4. **Testowanie rynku:**
 1. Przeprowadzenie testów wśród ograniczonej grupy konsumentów.
 2. Zebranie informacji zwrotnej i wprowadzenie ewentualnych poprawek.
5. **Planowanie strategii marketingowej:**
 1. Opracowanie planu promocji i sprzedaży produktu.
 2. Ustalenie kanałów dystrybucji i strategii cenowej.
6. **Wprowadzenie na rynek:**
 1. Wybór odpowiedniego terminu i miejsca wprowadzenia produktu.
 2. Wdrożenie planu marketingowego i rozpoczęcie sprzedaży.
7. **Monitoring i dostosowania:**
 1. Analiza wyników
 2. Zbieranie opinii
 3. Wprowadzanie ewentualnych zmian

***Najlepszym sposobem na trafne przewidzenie
przyszłości jest wykreowanie jej!***

Peter Drucker