



Podpora podnikania na dosah ruky



MARKETING A PROPAGÁCIA FIRMY

„Ak neviete, z čoho má mať váš zákazník úžitok, všetka vaša námaha je stratou času.“

ČO JE MARKETING

- identifikácia, zabezpečovanie, predpokladanie alebo ovplyvňovanie dopytu po tovaroch a službách. Marketing závisí od reklamy a trhu.
- proces riadenia, ktorého výsledkom je poznanie, predvídanie, ovplyvňovanie a v konečnej fáze aj uspokojovanie potrieb a želaní zákazníka efektívnym spôsobom a so ziskom.
- obchodná politika a výrobná politika vychádzajúca z požiadaviek trhu.
- metóda, ktorou sa riadi proces plánovitej realizácie nápadov na trhu. Konečným sudcom, ktorý rozhoduje o kvalite nápadu, je trh. Zisk z predaja je odmenou, ale hlavne meradlom úspešnosti podnikania.
- práca s trhom. Jeho základným cieľom je uskutočniť výmenu. Je to potreba, podmienená kúpnu silou zákazníka.
- znamená vytvárať úžitok, teda súčet

výhod, ktoré výrobok/služba prinesú zákazníkom.

„Najúspešnejšie firmy sú tie, ktoré prichádzajú na trh s riešeniami, o ktorých sa zákazník ani nespomínalo, ale ktoré im uľahčujú život.“ (Philip Kotler)

MARKETINGOVÉ CIELE A MARKETINGOVÁ STRATÉGIA

Marketingová stratégia predstavuje usporiadaný marketingový postup,



pomocou ktorého dosahujú podnikateľské jednotky stanovené ciele. Zahŕňa špecifické stratégie pre cieľové trhy a popisuje, akými nástrojmi dosiahnuť vytýčené marketingové ciele.

AKÉ PRODUKTY A SLUŽBY?

Môj produkt / služba musí napĺňať potreby zákazníkov z hľadiska: kvality; funkčnosti; dizajnu; ceny; miesta; súvisiacich služieb (poradenstva, záruk, servisu a pod.)

„Zákazník nebude kupovať čo nechce, alebo čo nemá hodnotu, ktorú za svoje peniaze očakáva.“

AKÉ PRODUKTY A SLUŽBY?

Potreby a túžby zákazníkov sa stále menia, vyvíjajú sa - preto sa musia neustále vylepšovať aj naše produkty a služby!

„Pre úspech každej firmy je preto životne dôležité byť v úzkom kontakte so zákazníkmi a rozumieť ich potrebám!“

MASLOWOVA ANALÝZA POTRIEB

Je to hierarchia ľudských potrieb, podľa amerického psychológa Abrahama Harolda Maslowa (1943). Podľa tejto teórie má človek päť základných potrieb (od najnižších po najvyššie - spolu teda tvoria akúsi „pyramídu“)



Národná agentúra pre rozvoj malého a stredného podnikania
Enterprise Europe Network
02/ 50 24 45 00
nadsme@een.sk
www.nadsme.sk



AKO NESTRATIŤ ZÁKAZNÍKA

Majte na zreteli, že zákazník musí nájsť u vás tie isté, alebo lepšie služby; počúvajte zákazníka, hýčkajte ho; nezabudnite na výhody verného zákazníka ako aj na zvládanie sťažností.

„Ak sa nepostaráte o zákazníka, urobí to za vás niekto iný.“

POZNAJTE SVOJICH KONKURENTOV

Aké sú ciele, silné a slabé stránky konkurencie (podiel na trhu, úroveň nákladov a zisku; kvalita výrobkov, okruh zákazníkov; ľudské zdroje, marketing, firemná kultúra)?

TVORBA ZNAČKY

Je potrebné: zohľadňovať úžitkové vlastnosti; ľahko vysloviteľná, rozpoznateľná, zapamätateľná - odlišovacia funkcia; možnosť rozšírenia s rozširovaním sortimentu; použiteľná v rôznych jazykoch; umožňujúca registráciu a právnu ochranu.

PROPAGÁCIA / PODPORA PREDAJA

Propagácia môže byť cielená - Správne načasovaná - Správna frekvencia - Efektívna. Na podporu predaja využívajte: súbory, hry, kupóny, poukážky, zákaznické karty, darčeky, vzorky, videá a CD; PR (Public Relations) - vzťahy s verejnosťou.

KEĎ UVAŽUJEM O REKLAME

Rozmyšľajte o vlastnom podnikateľskom nápadе: Aký problém rieši môj produkt/ služba? Aké sú základné charakteristiky mojej ponuky z hľadiska kvality, ceny, dizajnu? V čom je jedinečnosť a tvorivosť môjho nápadu? Ako sa odlišuje od konkurencie?

AKO SPRÁVNE INZEROVAŤ

Je lepšie umiestniť viac opakovaní menšieho inzerátu než veľkého. Inercia pri titulke je síce drahá, ale jej účinnosť nie je taká vysoká. Minimálny počet relevantného opakovania je 3 krát. Využívajte pravé strany. Ľavá strana má vždy menšiu primárnu viditeľnosť. Z pohľadu schopnosti upútania je najvhodnejšia 1. a 3. strana, a taktiež

posledná. Nepoužívajte tmavé pozadie s bielym textom, spravte inzerát po vizuálnej stránke neprehliadnuteľný, odlišný od textu s malým množstvom informácií.

PRAVIDLÁ ÚSPEŠNÉHO MARKETINGU

- Predávať tak, aby sa nevracal produkt, ale zákazník.
- Budovať a udržiavať dobré medziľudské vzťahy - vcítiť do kože zákazníka.
- Snažiť sa, aby jednanie s vami bolo príjemné a čo najmenej komplikované.
- Pamätať, že každý, kto sa sťažuje, zdieľa svoju skúsenosť s najmenej ďalším 10 ľuďmi, ktorí ďalej rozšíria zlú povest o vašej firme.
- Pamätať na vlastnosti nasýteného trhu, ktorými sú: racionálne sa rozhodujúci zákazník, klesajúca účinnosť reklamy, rovnocennosť ponúkaných produktov; cenová súťaž.

AKO VYUŽÍVAŤ MARKETING NA SOCIÁLNYCH MÉDIÁCH

Iste ste si už aj Vy položili otázku: „Má používanie sociálnych médií, napr. Facebooku, nejaký prínos pre moje podnikanie?“ Mnohé z populárnych sociálnych sietí, ako napríklad Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, spájajú všetkých potenciálnych zákazníkov, vďaka čomu rastie povedomie a popularita Vášho podnikania a nevyhnutne sa zvyšuje Váš predaj. Existuje niekoľko spôsobov, ako sa dajú sociálne siete využiť. Tu je niekoľko z nich: Vytvárajte si databázu kontaktov;

Ak pozornosť dáte, potom ju aj dostanete. Poskytnite hodnotnú výmenu; Aj v elektronickom biznise treba vedieť niečo predať; Partnerstvo na celý život; Buďte trpezliví; Darčeky.

„Mnohí podnikatelia budujú svoje web-stránky s predstavou: „Niečo napíšem, uverejním fotografie produktov, pridám pár článkov a zákazníci sa už nájdu.“ Mnohí však zostanú sklamaní... Sami od seba sa zákazníci nenájdu.“

www.enterprise-europe-network.sk

Tento leták bol vydaný Národnou agentúrou pre rozvoj malého a stredného podnikania (NARMSP) v rámci iniciatívy Enterprise Europe Network, spolufinancovanou Európskou komisiou. Služi na všeobecnú orientáciu slovenských malých a stredných podnikateľov pri začatí podnikania. Obsah tohto letáka nepredstavuje názor ani stanovisko Európskej komisie alebo NARMSP.