



*** Marketingová
koncepce**

Číslo projektu	CZ.1.07/1.5.00/34.0124
Název projektu DUM	Škola budoucnosti s využitím IT VY_11_INOVACE_MAR15
Název školy	SPŠ a SOŠGS Most
Předmět	MAR
Tematický okruh	Význam a podstata marketingu
Téma	Marketingová koncepce
Ročník	4.
Jméno autora	Ing.Lenka Bombera Piskačová
Datum tvorby	8.9.2012
Anotace	Žáci se seznámí s druhy marketingových koncepcí

- * 1./ Výrobní koncepce
- * 2./ Výrobní koncepce
- * 3./ Prodejní koncepce
- * 4./ Marketingová koncepce
- * 5./ Společenská koncepce

* Typy podnikatelských konceptů

* „ Vyrobo co nejlevněji a prodáš “

* - nejstarší koncepce, r. 1900 až 1920

* Zákazník preferuje levný a snadno dosažitelný výrobek,

* - v období rozvoje výroby, snižování nákladů a převisu poptávky nad nabídkou,

* - levný výrobek je výsledkem racionalizace a zvyšování produktivity výroby

* - představitelé: Henry Ford, Tomáš Baťa

* Výrobní koncepce

- * „*Vyrob co nejkvalitněji a prodáš*“
- * - předválečné období 1920 - 1940
- * - zákazník preferuje výrobky nejvyšší kvality
- * - období růstu nezaměstnanosti a snižování kupní síly => předzvěst hospodářské krize, kteří upřednostňují kvalitu

- * V současnosti např. výrobci luxusních automobilů, značkových oděvů, parfémů.

* Výrobní koncept

- * „ Čím víc reklamy, tím víc prodáš “
- * - začátek uplatnění přístupu v letech 1940-1950
- * - zákazníka je potřeba upozornit na výrobek
- * - období rozmachu sdělovacích prostředků
- * - cílem je prodat zboží, které bylo vyrobeno
- * - zákazníka je třeba přesvědčit o správnosti koupě - především prostřednictvím reklamy

* Prodejní koncepce

* Masová neosobní forma placené komunikace mezi výrobcem a zákazníkem, jejímž cílem je ovlivnit jeho nákupní chování.

* **Reklama**

- * „ *Nejdřív poznej potřeby svého zákazníka a prodáš* “
- * - období let 1950 -1970 - středem zájmu firmy se stává zákazník
- * - základem úspěchu firmy a její konkurenceschopnosti na trhu je spokojený zákazník

* Marketingová koncepce

- * - nevyhledává konkurenci
- * - je věrný firmě nebo značce
- * - o firmě nebo značce se vyjadřuje pozitivně

*** Věrný zákazník**

- * Eko- sociální
- * „ *Poznej potřeby svého zákazníka, zohledni i potřeby společnosti a prodáš*“
- * - poslední fáze vývoje marketingu -
od r.1970-do současnosti
- * - snaží se dát do souladu potřeby a přání
zákazníků s dlouhodobými potřebami
společnosti (ochrana ŽP, etické, národnostní a
náboženské normy)

* **Společenská
koncepce**

- * 1.) Charakterizujte jednotlivé fáze ve vývoji marketingu?
- * 2.) Které z podnikatelských koncepcí zohledňují potřeby a přání zákazníka ?
- * 3.) Kdo je to věrný zákazník ?

*** Procvičování:**