

MARKETINGOVÝ MIX

Využití metody: Plánování rozvoje produktů a služeb organizace

Facilitátor: ano

Ideální počet účastníků: 4 - 8

Základní pomůcky: Flipchart, flipové papíry, lektorský kufr, připravené formuláře

Vhodná aplikace: Marketingový plán

Marketingový mix (MM) je soubor nástrojů, jejichž pomocí vytváříme vlastnosti služeb nabízené zákazníkům. Cílem vytvořeného marketingového mixu je uspokojit zákazníky a přinést zisk.

- původně v angličtině 4 P
 - produkt
 - cena
 - distribuce
 - komunikace
- product
- price
- place
- promotion

Krok 1

Vedení organizace (pobočky, oddělení) nechá připravit následující tabulky, do nichž se bude zaznamenávat rozvoj produktů a služeb pomocí marketingového mixu.

Produkty a služby

Prvky marketingového mixu

	Produkt	
	Místo	
	Cena	
	Propagace	
	Produkt	
	Místo	
	Cena	
	Propagace	

Krok 2

Vedení svolá poradou za účasti všech svých pracovníků. Každé oddělení si připraví seznam služeb a produktů, které chce tímto způsobem zpracovávat. Může jít po oblastech - pravidelná zájmová činnost, anebo po činnostech - zájmový útvar chovu mamutíků obecných.

Krok 3

Všichni se rozdělí do skupin podle oddělení. V některých případech se mohou účastníci rozdělit libovolně. To pomáhá tomu, že se na produkty a služby dívají někteří členové skupin nezávislými očima.

Krok 4

Skupiny sedí pohromadě u svých stolů a vedoucí vysvětluje marketingový mix a jeho výhody. Poté skupiny začínají společně pracovat. Začíná se tak, že všechny si skupiny si společně zkusí zpracovat jednu činnost.

Krok 5

Skupiny si vyberou jednu činnost, kterou převedou na cíl podle metody SMART.

Příklad:

Zájmový útvar „Chov mamutíků obecných“ - Otevřeme do tří let 8 ZÚ s touto tematikou, budou mít celkem 150 členů.

Nebo:

Členové ZÚ dokážou samostatně pečovat o mamutíka obecného podle pravidel jeho chovu, to znamená ... (přesné vymezení péče)

Krok 6

Vedoucí dává následující instrukci: Uveďte, jakým způsobem daného cíle dosáhnete - tj. zejména, jak nastavíte "4P" marketingového mixu.

Následně vysvětluje vše podstatné, co se týká prvního písmena P, tj. produktu a služby:

Produkt nebo služba: *Určete jejich přednosti oproti konkurenci a výhody pro zákazníka - zvažte, proč by měl zákazník upřednostnit právě váš produkt nebo službu před konkurencí - a pak toto sdělení vhodně komunikujte zákazníkům - viz "propagace".*

Skupiny zpracovávají tuto část marketingového mixu.

Krok 7

Zde vedoucí vysvětluje vše podstatné, co se týká druhého písmena P, tj. místa a distribuce:

Distribuce: *Budete prodávat přímo nebo prostřednictvím škol? Budete mít prodej přímo v organizaci, nebo budete preferovat prodej v obchodech, na trzích či prodej po internetu?*

Skupiny zpracovávají druhou část marketingového mixu.

Krok 8

Zde vedoucí vysvětluje vše podstatné, co se týká ceny:

Cena: *Doporučení – nespolehejte na příliš nízké ceny, musíte vytvářet přiměřený zisk. Zvažte, zda budete poskytovat množstevní slevy, rabaty, provize. Jak nastavíte platební podmínky, např. dobu splatnosti faktur?*

Skupiny zpracovávají třetí část marketingového mixu.

Krok 9

Zde vedoucí vysvětluje vše podstatné, co se týká čtvrté části MM:

Propagace: *Marketingová komunikace - v této tabulce uveďte jen hlavní způsoby propagace, které dále rozvedete v akčním plánu.*

Skupiny zpracovávají propagaci.

Produkty a služby

Prvky marketingového mixu

Rozšířit počet návštěvníků keramiky o 25 % do konce roku 2012	Produkt	Rozšířit nabídku pro kolektivy, nakoupit 3 mobilní kruhy
	Místo	Dle možností školky či školy, je možné přímo u nich ve třídě, nebo u nás v keramické učebně
	Cena	30 Kč/dítě/vstup, slevy pro větší kolektivy
	Propagace	Letáčky, nabídka do školek, přímo na akcích do rukou maminek a dětí, vitríny, nástěnky, webové stránky, vedení školek a škol, nabídka učitelům výtvarné výchovy
Zřídit otevřený klub s denní návštěvností 20 členů	Produkt	Samostatné prostory v levé části budovy - čajovna, hudebna, deskové hry, herna ...
	Místo	Vybrané lokality především z městských částí Hutná, Kutná a Šlupná. Nezapomenout na ZŠ

Cena	Do 15 let: 20 Kč/rok Od 15 do 18 let: 100 Kč/rok Od 18 let do 25 let: 200 Kč/rok
Propagace	Návštěva našich pracovníků na spádových ZŠ – osobní pozvání + plakáty, rozdávání letáků na ulici, facebook, osobní pozvání, návštěvy rodin bývalých klientů

Krok 10

V tomto kroku si skupiny vzájemně prezentují svou práci, vzájemně se inspirují. Vedoucí upozorňuje na dobré formulace a zároveň ukazuje, kterým formulacím se vyhnout.

Na závěr tohoto kroku ještě shrne vše k MM:

Produkty a služby: Popište Váš produkt nebo službu, jeho vlastnosti a zejména výhody, které přináší zákazníkům. Výhody by měly být pro zákazníky významné a měly by rovněž reprezentovat přednosti vašich produktů nebo služeb před konkurencí.

Místo: Popište způsob distribuce, místo prodeje.

Cena: Definujte cenovou politiku pro váš produkt nebo službu.

Propagace: Určete, jakými prostředky a nástroji budete váš produkt nebo službu propagovat.

Krok 11

Zde už skupiny zpracovávají své další produkty a služby podle metodiky a instrukcí vedoucího.

Variantou může být i to, že jednotlivá oddělení si MM zpracovávají samostatně (mimo toto setkání) do určeného termínu.

Krok 12

Vedoucí oddělení (garanti zpracování MM) se sejdou a na základě zpracovaných formulářů vytvoří akční plán s kroky, termíny a zodpovědnostmi.

Krok 13

Realizace.

Krok 14

Kontrola a hodnocení.