

Imię i nazwisko studenta: **Grupa Szkolny Klub Przedsiębiorczych** grupa: **Grupa J**

Nauczany przedmiot: **WOS** Szkoła: **Gimnazjum nr 1 im. Józefa Wybickiego** Miejscowość: **Lębork**

Nazwa sprawozdania: **Sprawozdanie z modułu 3 - Marketing firmy**

Tytuł sprawozdania: **Marketing firmy.**

## Strategia marketingowa firmy

Przeanalizujcie ponownie przeprowadzone przez was badania. Na ich podstawie przygotujcie konkretne działania marketingowe dla stworzonych przez was produktów czy usług, poprzez określenie ich cech, ceny, strategii promocyjnej, a także kanałów dystrybucji czyli opracujcie wasz firmowy marketing-mix.

Zanim zaczniecie wypełniać formularze, pobierzcie i przeczytajcie **nacobezu dla uczestnika**, czyli na co będzie zwracał uwagę mentor oceniając wypełnione przez was sprawozdanie.

### I. PRODUKT

Waszym zadaniem jest przedstawienie waszej oferty - produktów lub usług, które będziecie oferować.

**Opis produktów lub usług powinien składać się z następujących elementów:**

- nazwy,
- szczegółowy opis np. wielkość, waga, skład, jeśli to usługi to, co wchodzi w daną usługę,
- cechy charakterystyczne produktu, usługi - czym dany produkt lub usługa różni się od pozostałych, występujących na rynku,

cechy wyróżniające waszą ofertę, czyli takie, na które zwraca uwagę wybrana grupa docelowa, cechy, dzięki którym produkt jest dla tej grupy atrakcyjny.

**Przedstawcie produkty lub usługi, które będziecie oferować.**

Odpowiedź widoczna tylko dla mentora

### II. CENA

**Podajcie ceny swoich produktów lub usług.**

**Ustalając cenę powinniście wziąć pod uwagę:**

- przewidywany popyt
- zasobność portfeli, czyli dochody potencjalnych klientów
- koszt wyprodukowania
- politykę marketingową, czyli, czy będziemy sprzedawać produkty w standardowych

**opakowaniach, czy też będą one miały ekskluzywne opakowania**

- konkurencję – ceny produktów oferowanych przez firmy konkurencyjne na rynku

**Podajcie ceny swoich produktów lub usług.**

Aktualnie panująca moda na skateboarding, bycie w centrum zainteresowania, zwrócenie na siebie uwagi, bycie trendy wśród młodzieży to szansa na duży popyt na produkty do uprawiania wyczynowej jazdy na deskorolce. Zbyt mała oferta imprez dla młodzieży w naszym mieście przyciągnie młodzież do aktywnego udziału w imprezach o charakterze rekreacyjno-sportowym.

## Ceny produktów zróżnicowane:

deskorolki - 260zł-450zł

blaty - 160zł-350zł

łożyska - 30zł-80zł

trucki - 100zł-250zł

kółka - 60zł-120zł

gripy - 15zł-30zł

montażówki - 5zł-10zł

snowboardy - 250zł-400zł

longboardy - 260zł-550zł

akcesoria(m.in. naklejki, czasopisma)- 5zł-25zł

czapki - 90zł-220zł

kaski - 160zł-240zł

plecaki,torby - 60zł-160zł

buty snowboardowe - 145zł-280zł

koszulki - 25zł-100zł

bluzy(z kartupem i bez) - 80zł-320zł

spodnie - 150zł-240zł

kurtki - 160zł-330zł

obuwie - 99zł-260zł

fingerboardy(w tym zestawy) - 16zł-180zł

rękawice - 60zł-100zł

szalik,kominy,bandany - 15zł-60zł

słuchawki - 60zł-200zł

zegarki - 100zł-300zł

skarpety - 20zł-80zł

portfele - 10zł-80zł

Ceny usług:

szkółka deskorolki - tydzień w Lesznie na skateplazie ( obóz wyjazdowy)

- 1500zł /za 1 osobę
  - 14000zł /za 15 osobową grupę
- rekreacyjno- sportowa- 10 zł od osoby      8 zł dla grup powyżej 10 osób      impreza  
 przeźroczysta folia, która zabezpieczy sprzęt przed uszkodzeniem, wyeksponuje ich atrakcyjny wygląd      opakowanie produktów-

**Istotne jest również żebyście określili przyczyny wyboru konkretnej ceny oferowanego produktu: dlaczego nie zdecydowaliście, żeby cena była wyższa lub niższa od tej, którą ustaliliście?**

Mieszkańcy Lęborka są zróżnicowani pod względem zamożności. Z roku na rok przybywa jednak bardziej świadomych rodziców, którzy na różny sposób inwestują w swoje dzieci. Sporą grupę tworzą rodzice, którzy, aby odciągnąć dzieci sprzed telewizora czy internetu zachęca je do uprawiania sportu, do aktywnego stylu życia. Zauważa się, że młodzież, aby wyładować w pozytywny sposób swoją energię poszukuje również sprawdzenia się w sportach ekstremalnych. Przy tym chcąc być trendy, starają się zaimponować innym. Mamy nadzieję, że uda nam się wyjść naprzeciw oczekiwaniom naszych klientów, a nasza oferta będzie cieszyła się dużym zainteresowaniem. Ceny będą oczywiście zróżnicowane, jednak nie na tyle wygórowane, aby nie stać na nie było naszej grupy docelowej, czyli młodzieży. Dla zamożniejszych i oszczędnych proponujemy szkołę deskorolki w formie obozu wyjazdowego. Dla początkujących szkoła w skateparku w miejscu zamieszkania.

### III. PROMOCJA

**Przedstawcie szczegółową informację na temat strategii promocyjnej waszego produktu/usługi lub całej firmy.**

**W materiałach w zakładce *Moduły kursu* znajdziecie informacje o różnych rodzajach działań marketingowych i przykłady takich działań. Pomoże to wam zdecydować, jakie rodzaje promocji (reklama, promocja sprzedaży, public relations, sprzedaż osobista) i jakie ich elementy będą przydatne i efektywne w promocji waszego produktu i waszej firmy. Pamiętajcie o swoich grupach potencjalnych klientów. Różne grupy docelowe mogą wymagać innej strategii promocyjnej.**

- opiszcie strategię promocyjną waszego produktu lub firmy i wskażcie, jakie działania marketingowe zamierzacie podjąć; zwróćcie uwagę na formy reklamy produktu/usługi,
- napiszcie, do kogo będzie kierowana konkretna akcja promocyjna waszego przedsiębiorstwa; opiszcie grupę odbiorców danej formy promocji,
- oceńcie, które z mediów (tabela 2 w materiale dydaktycznym do modułu) najlepiej wykorzystają do promocji waszego produktu/usługi, wskażcie zalety zastosowania tego, a nie innego środka; do udzielenia odpowiedzi możecie wykorzystać również schemat AIDA,
- zastanówcie się i napiszcie, czy w waszym przypadku może być zastosowana sprzedaż bezpośrednia,
- wymieńcie jeden, dwa elementy public relations (tabela 3 w materiale dydaktycznym), które pozwolą zbudować pozytywny wizerunek waszego przedsiębiorstwa, jeśli w waszym przypadku ta forma promocji może być skuteczna,
- zastanówcie się i napiszcie, jakie formy promocji sprzedaży (spis przykładowych form promocji sprzedaży znajdziecie w materiale dydaktycznym) moglibyście zastosować,
- opiszcie inne formy promocji waszej firmy i jej produktów, które chcecie zastosować i uważacie, za skuteczne w waszym przypadku,
- stwórzcie przykładową reklamę lub hasło reklamowe. Mogą one dotyczyć waszej firmy ogólnie lub konkretnego produktu czy usługi.

**Strategia promocyjna waszego produktu/usługi lub całej firmy.**

Odpowiedź widoczna tylko dla mentora

**Stwórzcie przykładową reklamę lub hasło reklamowe.**

Enemyshop czyni cuda, każdy tu zakup na pewno się uda! Są tu super deskorolki z imieniem Twojej idolki!  
 Czy sobota czy niedziela to najlepsze miejsce dla skatera!  
[www.enemyshop.lebork](http://www.enemyshop.lebork)

**IV. MIEJSCE - DYSTRYBUCJA**

**Ważną kwestią w zakresie planowania strategii marketingowej jest również dystrybucja. Przeanalizujcie, jakie są potrzeby waszych klientów w tym zakresie. Czego i ile potrzebują? Gdzie spodziewają się otrzymywać oferowane przez was towary/usługi? Jak w tym kontekście sytuuje się wasza oferta?**

**Przedstawcie informację na temat kanałów dystrybucji oraz miejsc, w których dostępny będzie wasz produkt.**

Nasze towary będą sprzedawane w formie bezpośredniej w SKATESHOPIE- Enemy-shop oraz w formie elektronicznej poprzez wyeksponowanie w atrakcyjny sposób naszej oferty na stronie internetowej. Na stronie internetowej SKATESHOPU znajdzie się rubryka, w której potencjalni klienci - młodzież będzie mogła składać zamówienia, dzielić się swoimi uwagami, kierować zapytania, sugerować jakiego towaru poszukują, jakie są ich upodobania, gusta. Zarówno w sklepie, jak i na stronie internetowej będzie prowadzona emisja filmików reklamująca deskorolki, oprzyrządowanie, gadżety oraz promująca dyscyplinę sportu jaką jest skateboarding. W przypadku oferowanych usług związanych z organizacją imprez o charakterze rekreacyjno-sportowym, prowadzeniu szkółki wyczynowej nauki jazdy na deskorolce pojawi się informacja w lokalnych czasopismach, lokalnym kanale telewizyjnym, przedstawimy ofertę w formie plakatów, ulotek w szkołach. zainteresujemy naszą ofertą dyrektorów szkół, nauczycieli wychowania fizycznego, trenerów do realizowania godzin z wychowania fizycznego, treningów w skateparku, organizowania obozów.

Komentarze:

30-04-2013

**Komentarz**

Hej!

Na początku tego komentarza mam dla Was cytát, opisany w podręczniku KOSS jako powiedzenie ludowe:

**Znajdzie się głupi co to kupi.**

**Wiele osób kojarzy marketing jako wciskanie kitu ludziom. Mam nadzieję, że po tym module rozumiecie, że marketing jest raczej poszukiwaniem potrzeb ludzi i takim konstruowaniem produktu, żeby trafił w te potrzeby. Dzięki temu Wasi klienci są zadowoleni a Wy zarabiacie pieniądze ;-)**

**Co jest udane?**

- **Kompletność.** Marketing mix (inaczej marketing 4P) jest jak stół – żeby dało się „zjadać efekty działania strategii” musi ona stabilnie stać na czterech nogach. Nogi Waszego stołu są cztery, a to warunek konieczny do sukcesu strategii.

- **Dokładność.** Nawet jeśli stół ma cztery nogi, mogą one być źle przymocowane. Wtedy cały stół, czyli Wasza strategia, byłby chwiejny. Wy nie popełniście tego błędu i mocno dokręciliście wszystkie nogi-elementy strategii. Zarówno opis produktu, dobór jego ceny, promocja i dystrybucja są dostatecznie szczegółowo opisane.

- **Spójność.** Stół może mieć cztery nogi i być stabilny, ale mimo tego może być brzydki. Nogi mogą nie pasować do siebie, przez co nikt tego stołu nie kupi. Wasze nogi-elementy strategii pasują do siebie: produkty mają przypisane odpowiednie ceny do możliwości grupy docelowej, produkty mają szansę trafić w gusta i potrzeby przewidywanych odbiorców, promocja wykorzystuje kanały z których korzystają potencjalni odbiorcy. Dobra robota!

Zapewne już wiecie, że wyprodukowanie najlepszego produktu i oferowanie najlepszej usługi nie gwarantuje sukcesu: cena tych dóbr musi być odpowiednia (czasami wysoka, czasami niska – zależy od klientów), trzeba oferować produkt w dobrym miejscu, zapewnić jego tanią, szybką dystrybucję itd. Gdybyście chcieli poznać więcej technik marketingowych...

... spójrzcie na książki Philip’a Kotler’a. Są uznawane za podstawę marketingu (to Kotler wymyślił marketing mix). Jeśli znacie angielski, możecie zobaczyć jedną z jego książek za darmo (i legalnie) na <http://books.google.pl/books?id=T-5QpOUuVTEC>.

Pozdrawiam, Rafał

PS Przypominam o konkursie na zdjęcie Waszej firmy. Autorzy najlepszej fotografii otrzymają nagrodę. Szczegóły możecie przeczytać na stronie głównej platformy. Deadline: 7 maja.

**Rafał Belka**

30-04-2013 podziękowanie

Dzień dobry! Nie spodziewaliśmy się tak szybkiej odpowiedzi i komentarza do sprawozdania. Dziękujemy. Świetne porównania, bardzo nam się podobają, zapamiętamy cenne wskazówki. Ja osobiście będę stosowała je przy każdej nadarzającej się okazji. Jeszcze raz wielkie dzięki, pozdrawiamy. O fotkach pamiętamy!!!

Grupa Szkolny  
Klub  
Przedsiębiorczych

02-05-2013 moduł 3



hej,

bardzo podoba nam się wasza oferta, jeśli chodzi o hasło reklamowe jest okay, próbowaliśmy wejść na stronę, jednak wyskakuje nam błąd :( gratulujemy i powodzenia w kolejnych modułach :)

zaraszamy na naszego bloga: <http://mademoisellejuliett.blogspot.com/> i na naszego FunPage na Facebooku

POZDRAWIAMY

BlackBerry Team :)

Grupa Black Berry  
Team