



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

# Marketing ve službách

## 1. ročník

**Učební obor: Kuchař - číšník**

## Produkt

= cokoliv, co je nabízeno na trhu k upoutání pozornosti, ke koupi, vše co je určeno k uspokojení potřeb zákazníka, např.:

- hmotné výrobky (lednice, televize)
- služby (doprava, školství)
- myšlenky (volební programy, licence, patenty)
- osoby nebo jejich seskupení (fotbalový klub, koncert skupiny)

Nabízené služby jsou oproti hmotným výrobkům v nevýhodě, protože je nelze vidět, porovnat a vyzkoušet si je. Důvodem jsou jejich vlastnosti:

- nehmotnost
- neoddělitelnost
- proměnlivost - heterogenita
- zničitelnost
- nemožnost vlastnictví

## Tyto vlastnosti jsou příčinou zákaznickova chování při výběru služby

spokojený zákazník



## Komplexní výrobek

Z hlediska marketingu není výrobek vnímán pouze jako předmět ke svému základnímu určení (tzv. jádro výrobku), ale výrobek je chápán komplexně, tzn. se vším, co s výrobkem nějakým způsobem souvisí.

# Komplexní výrobek

skládá se ze tří vrstev:

- jádro
- vlastní výrobek
- rozšířený výrobek





INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

# Jaký výrobek je z hlediska marketingu považován za kvalitní???



## Členění výrobků

Dle **zákazníka**, který výrobky kupuje, rozlišujeme následující hlavní kategorie:

### **spotřební zboží**

běžné zboží

zvláštní zboží

speciální zboží

### **kapitálové statky**

materiál

investiční zařízení

pomocný materiál



Dle doby použití výrobku rozlišujeme:

**výrobky krátkodobé (jednorázové) spotřeby**



**výrobky dlouhodobé spotřeby**

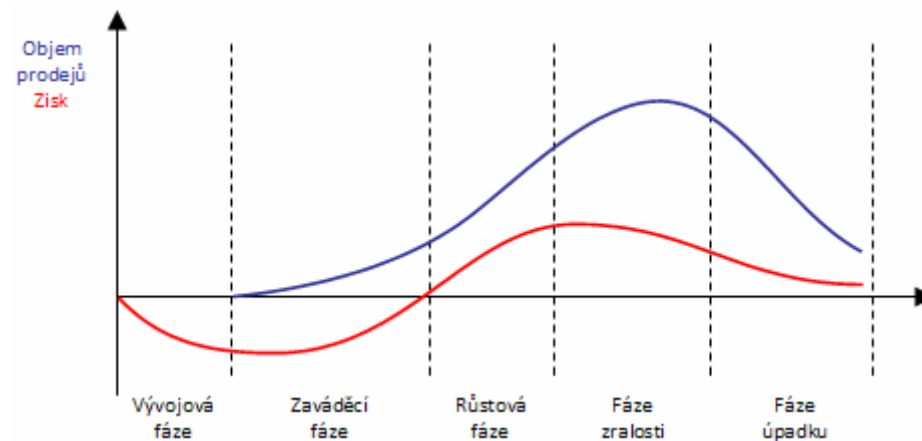


# Životní cyklus výrobku

= doba setrvání výrobku na trhu

průběh lze rozdělit do čtyř základních fází:

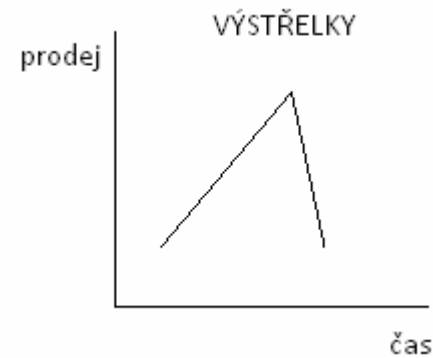
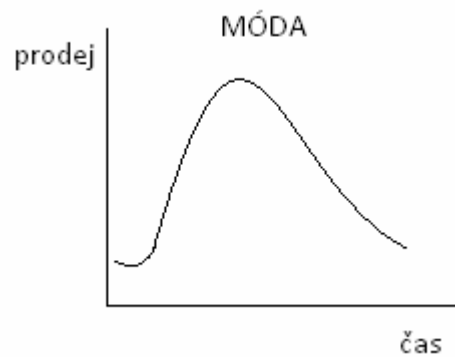
- zavedení
- růst
- zralost
- úpadek



# Odchytky životního cyklu výrobku

módní výrobky

výstřelky různého druhu



## Hodnocení výrobku

### Portfólio analýza

- používá kombinaci dvou základních kritérií:
  - relativního podílu na trhu
  - růstu trhu



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



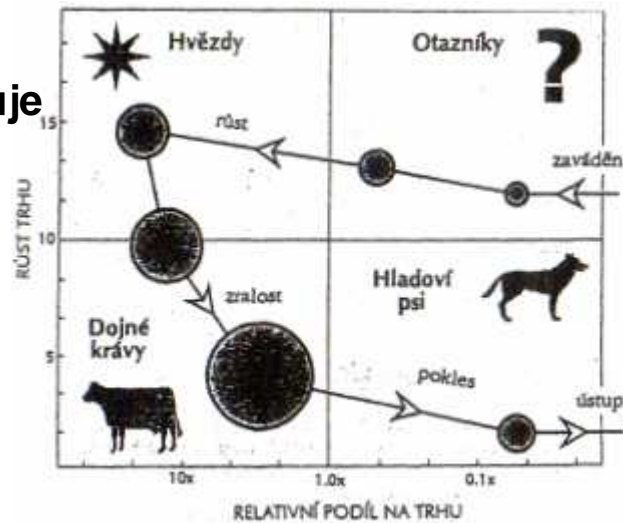
OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

# Portfólio analýza

odpovídá fázi růstu  
tržní podíl se rychle zvyšuje

odpovídá fázi zralosti  
velký tržní podíl



odpovídá fázi zavádění  
tržní podíl malý

odpovídá fázi poklesu  
tržní podíl se snižuje



Zpracovala:  
Ing. Lenka Koudelková