

Wykład:

Marketing start-upów

– wprowadzenie

Przedsiębiorstwo - definicja oraz cel działania

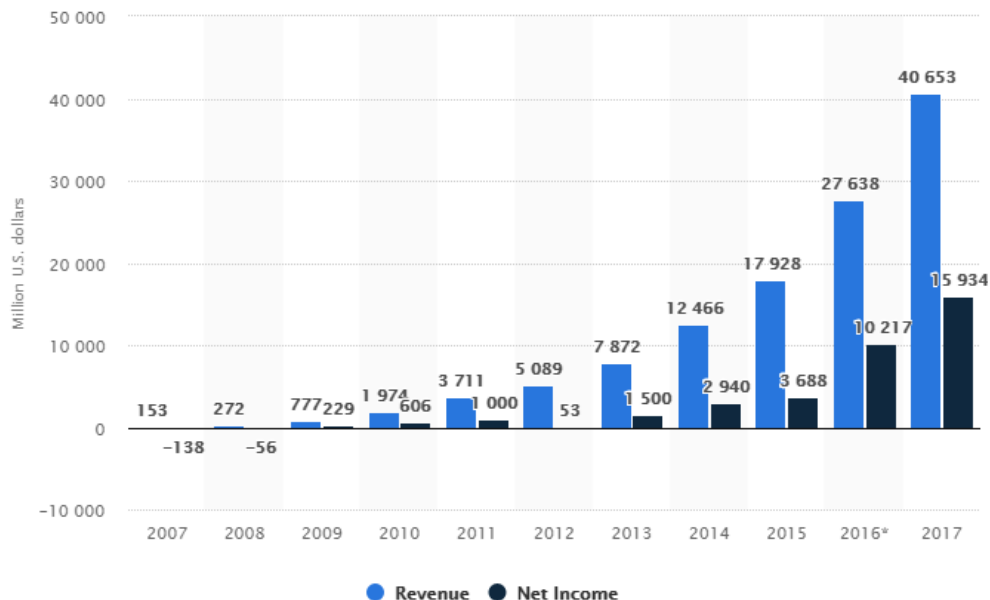
Przedsiębiorstwo jest wyodrębnioną pod względem ekonomicznym jednostką prowadzącą działalność produkcyjną, handlową lub usługową.

Odrębność ekonomiczna przedsiębiorstwa oznacza wydzielenie określonego majątku, pokrywanie wydatków z własnych przychodów, posiadanie w banku odrębnego rachunku rozliczeniowego.

Podstawowym celem działalności firmy jest osiągnięcie zysku.



Mark Zuckerberg
net worth 72,6 mld USD (2018)

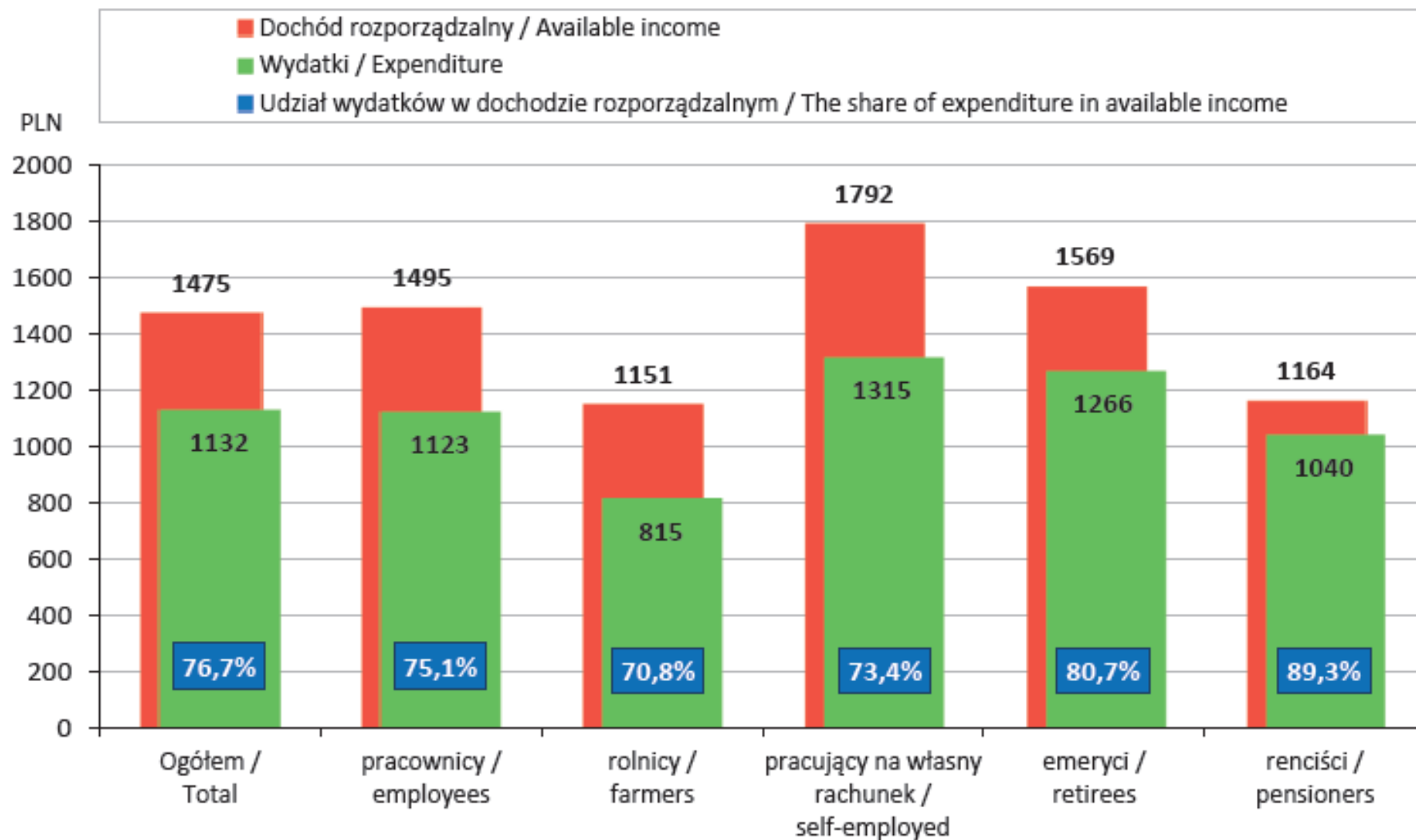


Motywy decydujące o utworzeniu własnej firmy

Motywy decydujące o utworzeniu własnej firmy	Ogółem MSP	Firmy mikro n=600		Firmy małe n=300		Firmy średnie n=200	
		liczba odp.	% odp.	liczba odp.	% odp.	liczba odp.	% odp.
potrzeba niezależności	38,1%	229	38,2%	111	37,0%	67	33,5%
ureczywistnienie własnych idei / pomysłu na biznes	22,9%	136	22,7%	81	27,0%	59	29,5%
brak pracy lub ryzyko jej utraty	15,8%	97	16,2%	25	8,3%	18	9,0%
możliwość zarobienia większych pieniędzy niż na etacie	15,0%	90	15,0%	50	16,7%	22	11,0%
wykorzystanie okazji rynkowej	7,2%	43	7,2%	23	7,7%	26	13,0%
inne	1,0%	5	0,8%	10	3,3%	8	4,0%
OGÓŁEM	100%	600	100%	300	100%	200	100%

Źródło: QUALIFACT, Finanse MSP 2014.

Dochody dyspozycyjne i wydatki gospodarstw domowych w Polsce, 2016



Źródło: GUS, Budżety gospodarstw domowych w 2016 r.

Start-up - definicja

Start-up - przedsiębiorstwo w początkowej fazie rozwoju, gdzie przedsiębiorca pozyskuje finansowanie na realizację swojego pomysłu, zakłada pierwsze podstawowe struktury i inicjuje działalność operacyjną.

Business Dictionary, 2015

Start-up - każda organizacja, która została utworzona w celu opracowania nowego produktu lub usługi, działająca w warunkach skrajnej niepewności.

E. Ries, 2011

Start-up - to przedsiębiorstwo pracujące nad rozwiązaniem problemu, które nie jest oczywiste, a sukces tego przedsięwzięcia nie jest gwarantowany.

Robehmed, 2013

Etapy rozwoju start-upów

- generowanie pomysłu i tworzenie zespołu,
- walidacja i rozwój produktu,
- pozyskiwanie finansowania,
- pozyskiwanie klientów i monetyzacja,
- skalowanie biznesu,
- dojrzałość biznesowa.



Blue Current, a startup company backed by investment firm Faster LLC, to further develop their invention, a nonflammable electrolyte.

Wcześniejsze doświadczenie biznesowe przedsiębiorców

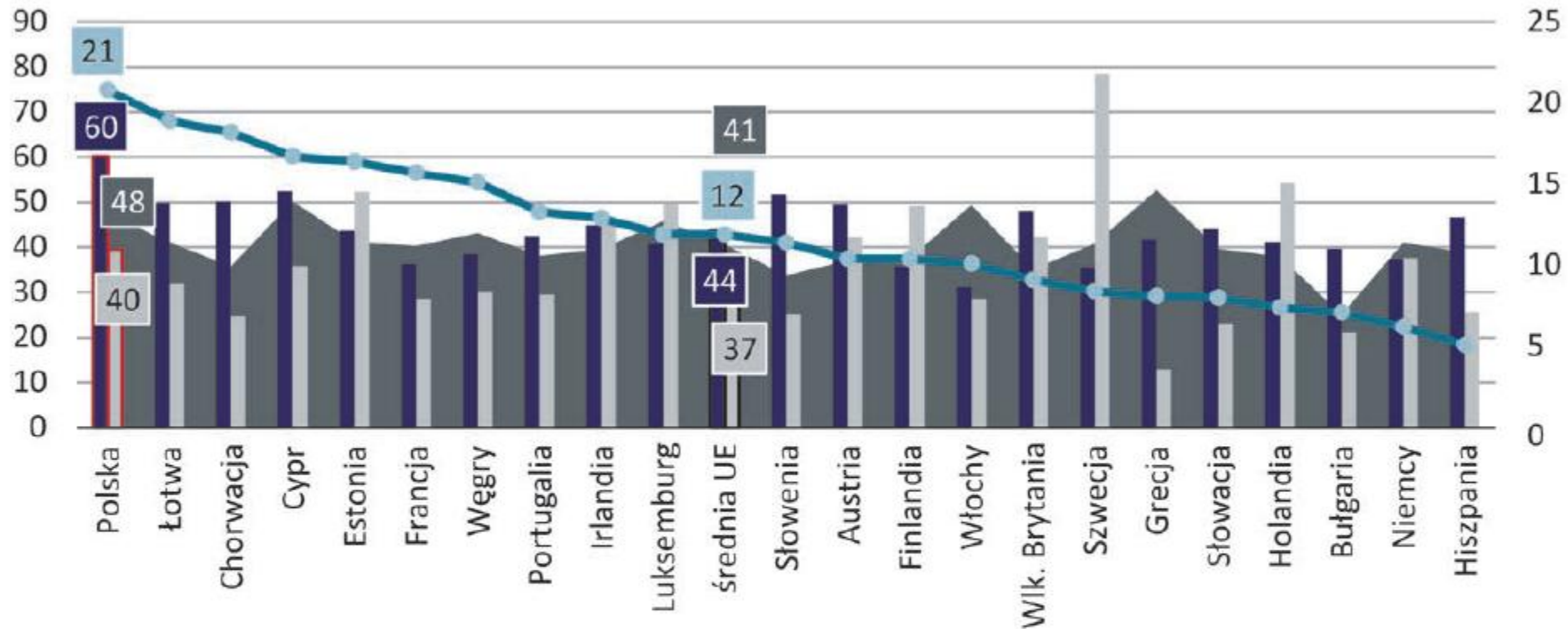
Posiadanie doświadczenia biznesowego przed uruchomieniem obecnej działalności	Ogółem MSP	Firmy mikro n=600		Firmy małe n=300		Firmy średnie n=200	
		liczba odp.	% odp.	liczba odp.	% odp.	liczba odp.	% odp.
nie	49,5%	298	49,7%	148	49,3%	72	36,0%
tak	50,5%	302	50,3%	152	50,7%	128	64,0%
OGÓŁEM	100%	600	100%	300	100%	200	100%

Rodzaj wcześniejszego doświadczenia biznesowego	Ogółem MSP	Firmy mikro n=302		Firmy małe n=152		Firmy średnie n=128	
		liczba odp.	% odp.	liczba odp.	% odp.	liczba odp.	% odp.
pracowałem w innej firmie z tej branży, co pozwoliło mi zebrać doświadczenia	59,3%	179	59,3%	91	59,9%	75	58,6%
prowadziłem inną własną firmę	26,1%	79	26,2%	37	24,3%	33	25,8%
pomagałem w biznesie rodzinnym	19,4%	58	19,2%	36	23,7%	26	20,3%
inne doświadczenia	1,7%	5	1,7%	4	2,6%	5	3,9%

Postawy przedsiębiorcze Polsce na tle innych narodów UE

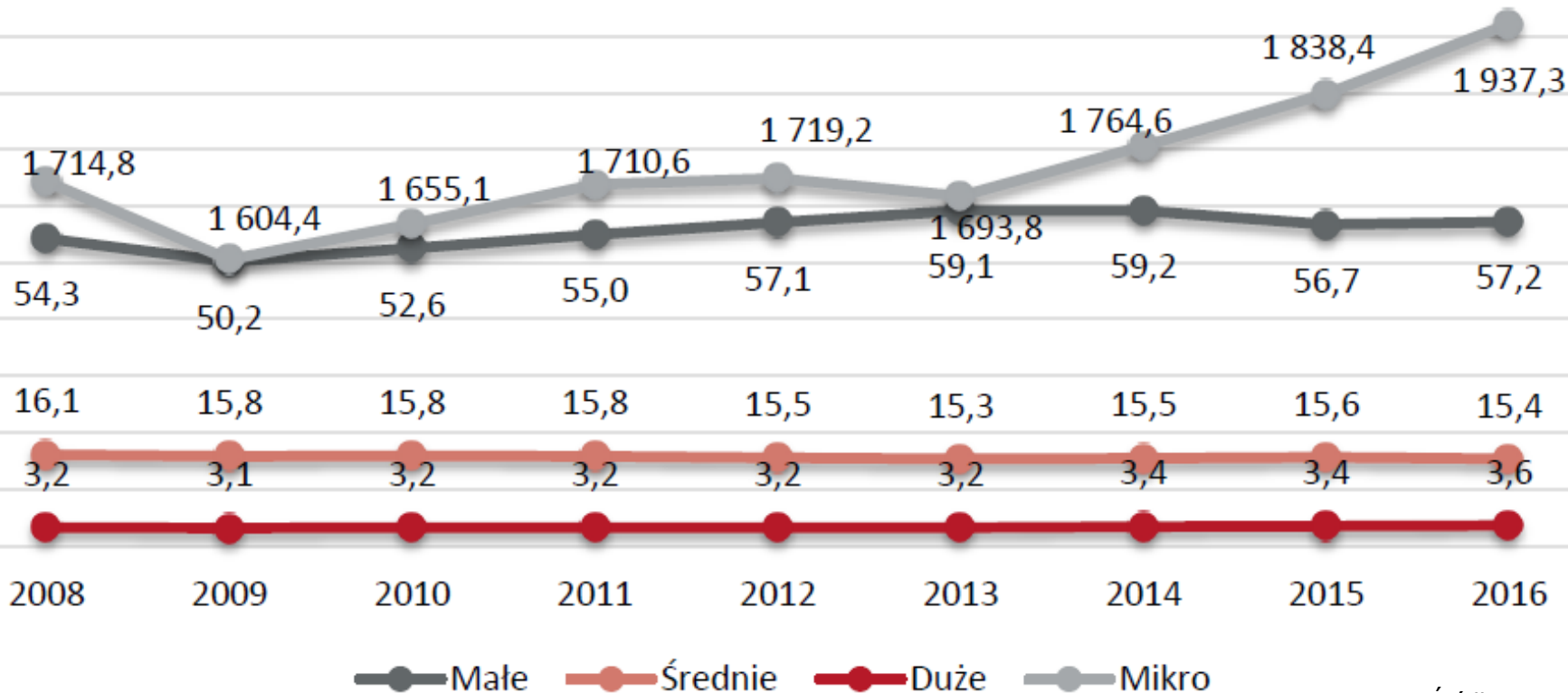
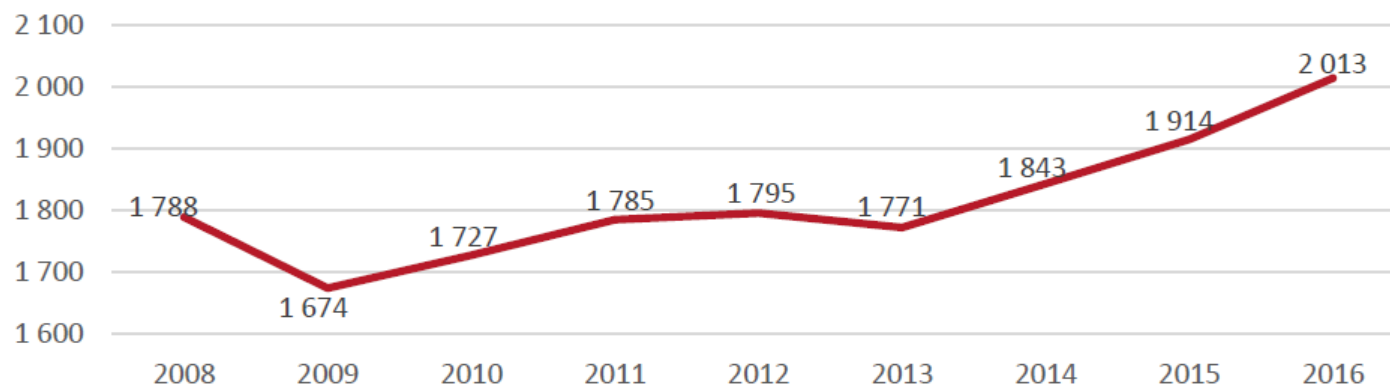
pozostałe wskaźniki

intencje przedsiębiorcze



- strach przed porażką (% dorosłych, którzy dostrzegają szanse biznesowe w swoim otoczeniu, ale nie chcą założyć firmy z powodu strachu przed niepowodzeniem)
- samoocena zdolności przedsiębiorczych (% dorosłych będących zdania, że posiadają wystarczające umiejętności i wiedzę do prowadzenia firmy)
- dostrzeganie szans biznesowych (% dorosłych, którzy dostrzegają szanse na założenie firmy w swoim otoczeniu)
- intencje przedsiębiorcze (% dorosłych deklarujących założenie firmy w ciągu 3 lat)

Liczba przedsiębiorstw aktywnych w Polsce (w tys.)



Start-up – firma SFD sprzedająca odżywkę

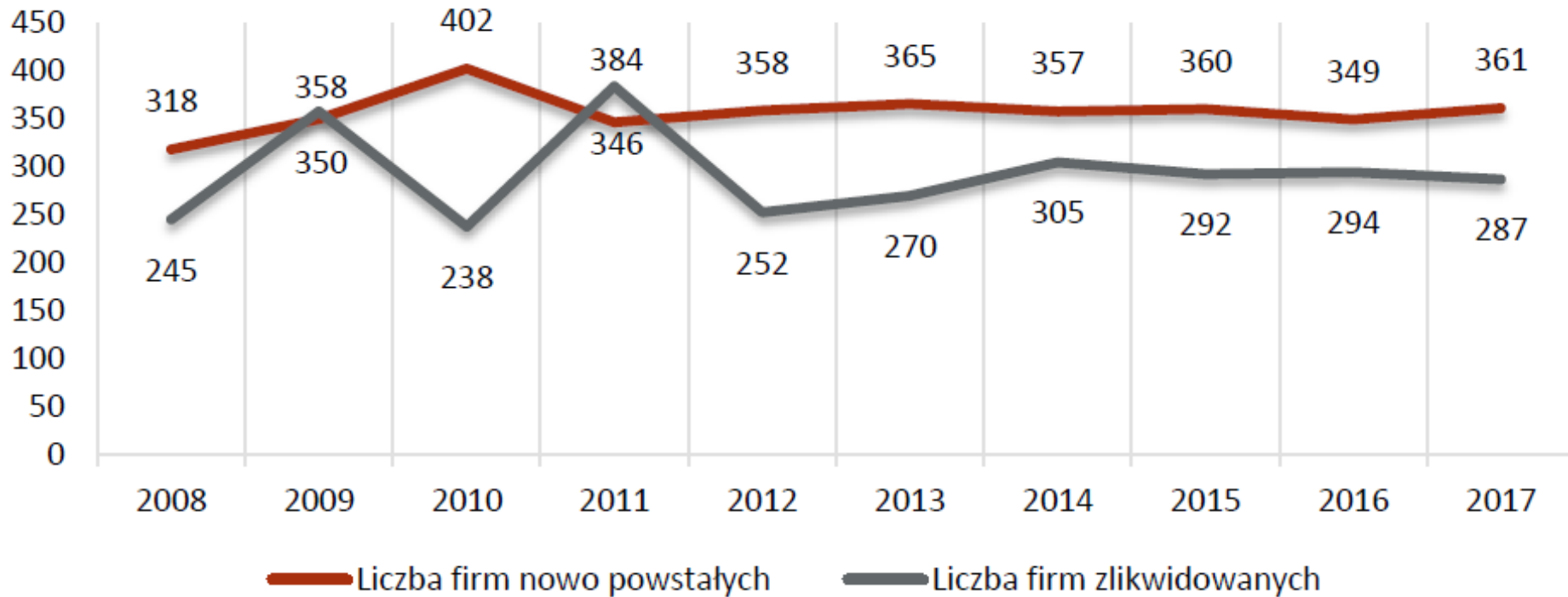


**Mariusz Pazdan – założyciel
i główny udziałowiec firmy SFD**

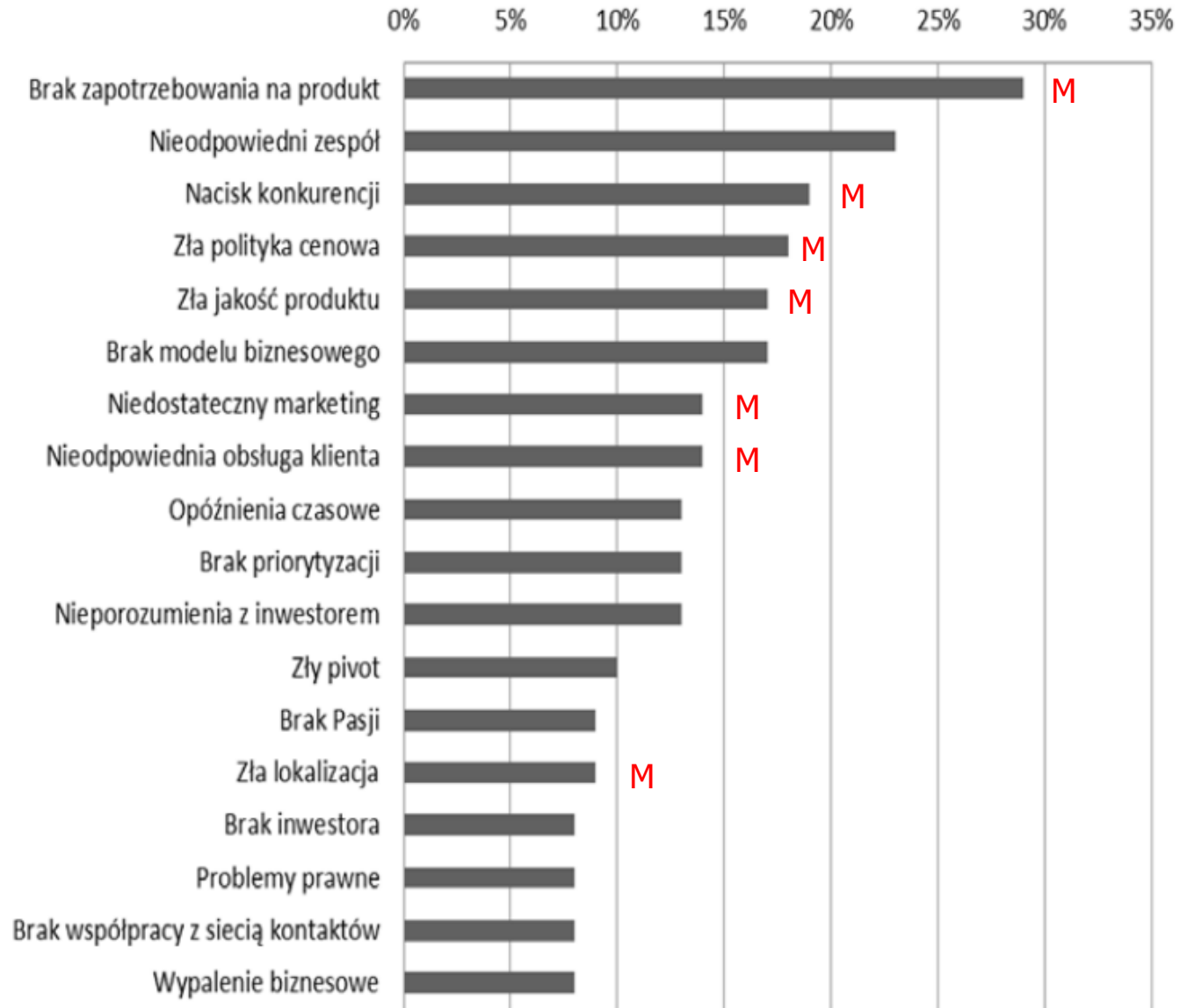
Wyniki finansowe firmy SFD

Wskaźnik	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Przychody ze sprzedaży (w tys. PLN)	2 146	18 850	27 788	46 446	81 175	107 269	117 501	130 867
Zysk (strata) netto (w tys. PLN)	-19	-310	-348	389	324	126	-866	890

Liczba przedsiębiorstw nowo powstałych i zlikwidowanych w Polsce (w tys.)



Główne powody upadku start-upów

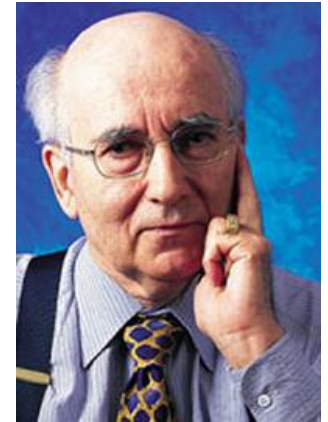


Źródło: Sobczak, 2015.

Marketing

Marketing ma na celu **rozpoznawanie** oraz zaspokajanie ludzkich i społecznych potrzeb.

Kotler, Keller, Marketing, 2017



Marketing jest działalnością, zbiorem instytucji oraz procesów służących tworzeniu, komunikowaniu, dostarczaniu i wymianie ofert, które mają wartość dla klienta, kontrahentów, a także społeczeństwa w ogólności.

American Marketing Association

Celem marketingu jest **poznanie** i zrozumienie klienta na tyle dobrze, aby towar lub usługa sprzedały się same.

P. Drucker

Koncepcja marketingu

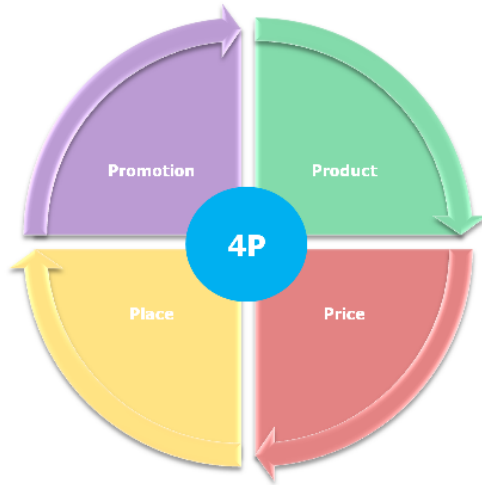
zakłada, że firma przetrwa na rynku tylko wtedy, gdy zaspokoi potrzeby swoich klientów skuteczniej niż jej konkurenci.

Oznacza to, że klient jest centralnym i wyjściowym punktem każdego przedsięwzięcia.

Trzy kluczowe pytania brzmią:

1. Kto jest potencjalnym klientem?
2. Jakie ma potrzeby?
3. Czy my potrafimy te potrzeby zaspokoić lepiej niż nasi konkurenci?

Marketing-mix (4P)



Product [*produkt*]:

np. funkcje, postrzeganie, jakość, marka, opakowanie, gwarancja itp.

Price [*cena*]:

np. próg rentowności, rabaty, upusty, warunki płatności itp.

Place [*dystrybucja*]:

rozmieszczenie kanałów, rodzaj kanałów, dystrybucja numeryczna itp.

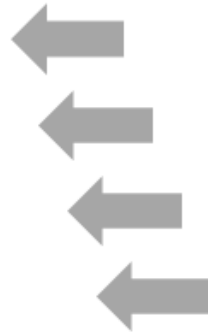
Promotion [*promocja*]:

reklama, pr, promocja sprzedaży, sprzedaż osobista, sponsoring itp.

Marketing-mix (4C, 4P i 4K)

4C

consumer value
cost
convenience
communication



4P

product
price
place
promotion

4K

korzyść (produkt jest dla kupującego określoną korzyścią)
koszt (cena jaką płaci kupujący za korzyść)
komfort (rozumiany jako wygoda zakupu)
komunikacja (producenta z klientem)

Marketing transakcyjny

Marketing transakcyjny - ma na celu maksymalizację korzyści firmy w krótkim okresie czasu.

Większość działań marketingowych nastawionych jest na zmniejszenie wrażliwości cenowej klientów (po to m.in. stosuje się segmentację) oraz sprzedaż maksymalnej ilości produktów.

Tylko
19 zł*
miesięcznie

NISKA RATA?
CZEMU NIE.

- bez zaświadczeń bez poręczycieli
- aż **do 20 000 zł**
- do **96 miesięcy** kredytowania
- karta **z ekstra limitem** do 3000 zł

* Według stanu na 01.01.2008 r. roczna rzeczywista stopa procentowa 24,21% przy założeniu: wysokość pożyczki: 700 zł, na okres 60 miesięcy, dla klienta posiadającego POK w PKO Banku Polskim od 6 miesięcy, znowa stała proporcjonalnie, raty annuitetowe.

WIĘCEJ ▶

WEŹ POŻYCZKĘ ▶

Max Pożyczka MINI RATA

Marketing transakcyjny

Działania marketingowe nastawione są na pozyskanie jak największej liczby klientów i sprzedaż możliwie największej ilości produktów.

Służby marketingowe koncentrują się na działalności promocyjnej.



The image shows a screenshot of the Gazeta.pl website. At the top left is the Gazeta.pl logo with a 'Lubią to!' button showing 22 tys. likes. A search bar contains 'szukaj w Gazeta.pl' and a 'Szukaj' button. Below the search bar, it says 'Najczęściej szukane: amy winehouse, adrenalina, koniec świata'. To the right are icons for 'Poczta', 'Forum', 'Praca', 'Błogi', 'Randki', and 'Filmy'. The main content area features a large yellow advertisement for Amber Gold. The ad includes the Amber Gold logo, the text 'LOKATA 12%', a smiling woman, and a 'SPRAWDŹ BEZPŁATNIE' button. At the bottom of the page, there are navigation links for 'Dom' and 'Praca', a news snippet 'RAPORT MILLERA WS. KATASTROFY SMOLEŃSKIEJ', a weather widget for 'Warszawa 20°C', and a 'pogoda' link.



Marketing relacyjny

Marketing relacyjny (*relationship marketing*) – kompleks działań marketingowych mających na celu ustanowienie, utrzymanie oraz wzmacnianie (z założenia długookresowych i obustronnie korzystnych) relacji.

Szczepaniec 2004

Marketing relacyjny oznacza mobilizację personelu, mającą na celu uczynić z nabywcy nie tylko współtwórcę wartości-produktu, ale i związać go na trwałe z firmą.

Rogoziński (2000)

Jednowymiarowe relacje vs. wielowymiarowe



VS.



Marketing relacyjny vs. transakcyjny - rola marketingu w zarządzaniu

Marketing transakcyjny	Marketing relacyjny
Rola pomocnicza; marketing wykorzystywany do osiągnięcia celów taktycznych i operacyjnych	Rola kluczowa; marketing wykorzystywany do osiągnięcia celów strategicznych

Marketing relacyjny vs. transakcyjny - horyzont czasowy decyzji

Marketing transakcyjny	Marketing relacyjny
Cykl sprzedażowy	Cały cykl życia klienta

Marketing relacyjny vs. transakcyjny

- grupa klientów, w którą najczęściej się inwestuje

Marketing transakcyjny	Marketing relacyjny
Nowi klienci	Starzy klienci

SFD.pl - fitness, kulturystyka, trening, dieta i suplementacja

TRENING

[zobacz więcej >](#)

PROMOCJE PRODUKTÓW

universal nutrition
ANIMAL FLEX

★★★★★ 40

~~129.99zł~~ 99złoptimum nutrition
WHEY GOLD
STANDARD 100%

★★★★★ 173

~~289zł~~ 229złsfd
WPC PROTEIN PLUS

★★★★★ 835

~~54.99zł~~ 39.99złpvl
MUTANT MASS

★★★★★ 108

~~206.95zł~~ 174.99zł

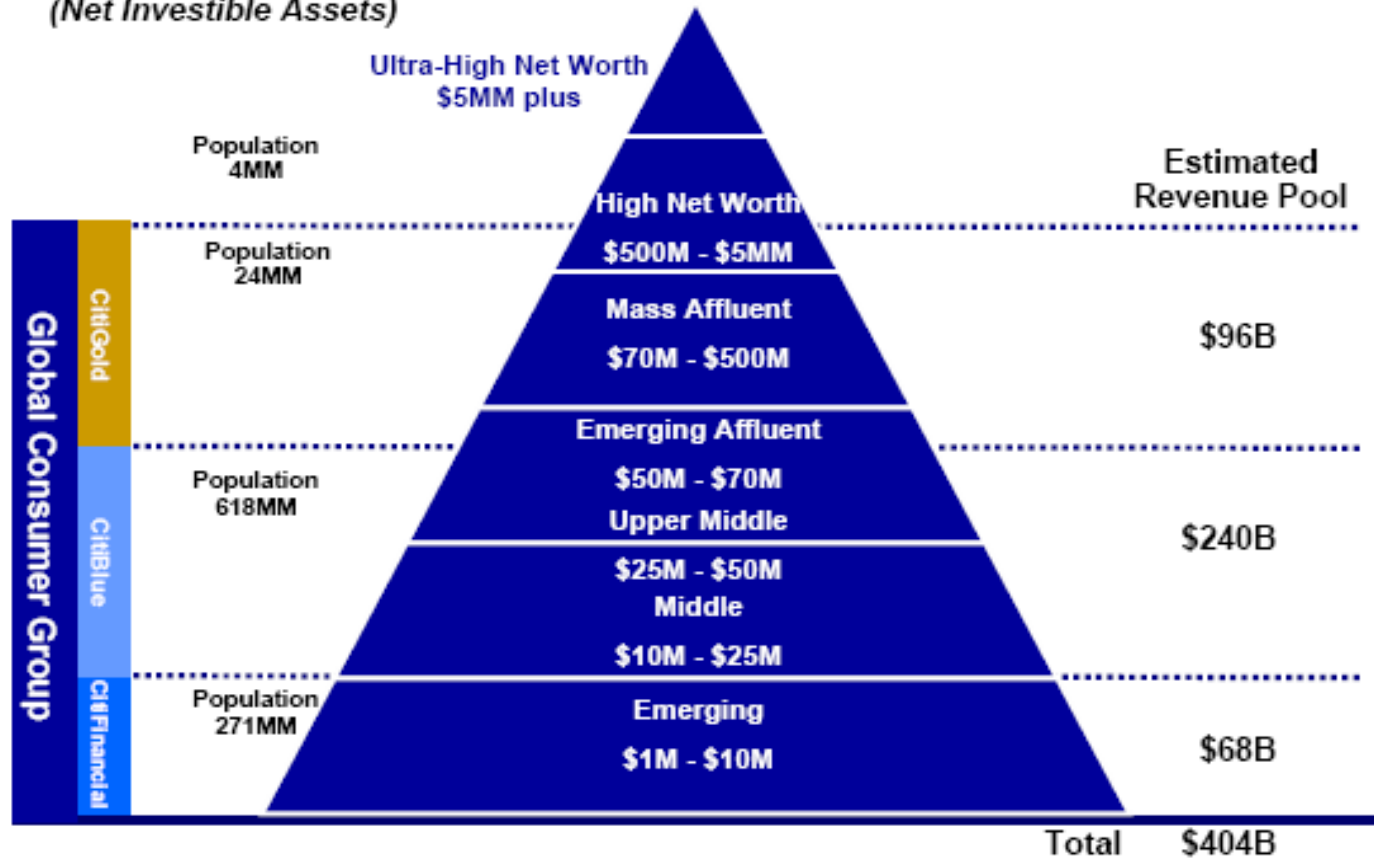
Marketing relacyjny vs. transakcyjny - segmentacja

Marketing transakcyjny	Marketing relacyjny
Służy do wyodrębnienia grup klientów o różnej zyskowności (z punktu widzenia firmy) oraz różnej wrażliwości cenowej	Służy do wyodrębnienia grup różniących się potrzebami, preferencjami oraz wzorcami zachowań

Segmentacja wg posiadanych płynnych aktywów

Customer Segment Opportunity

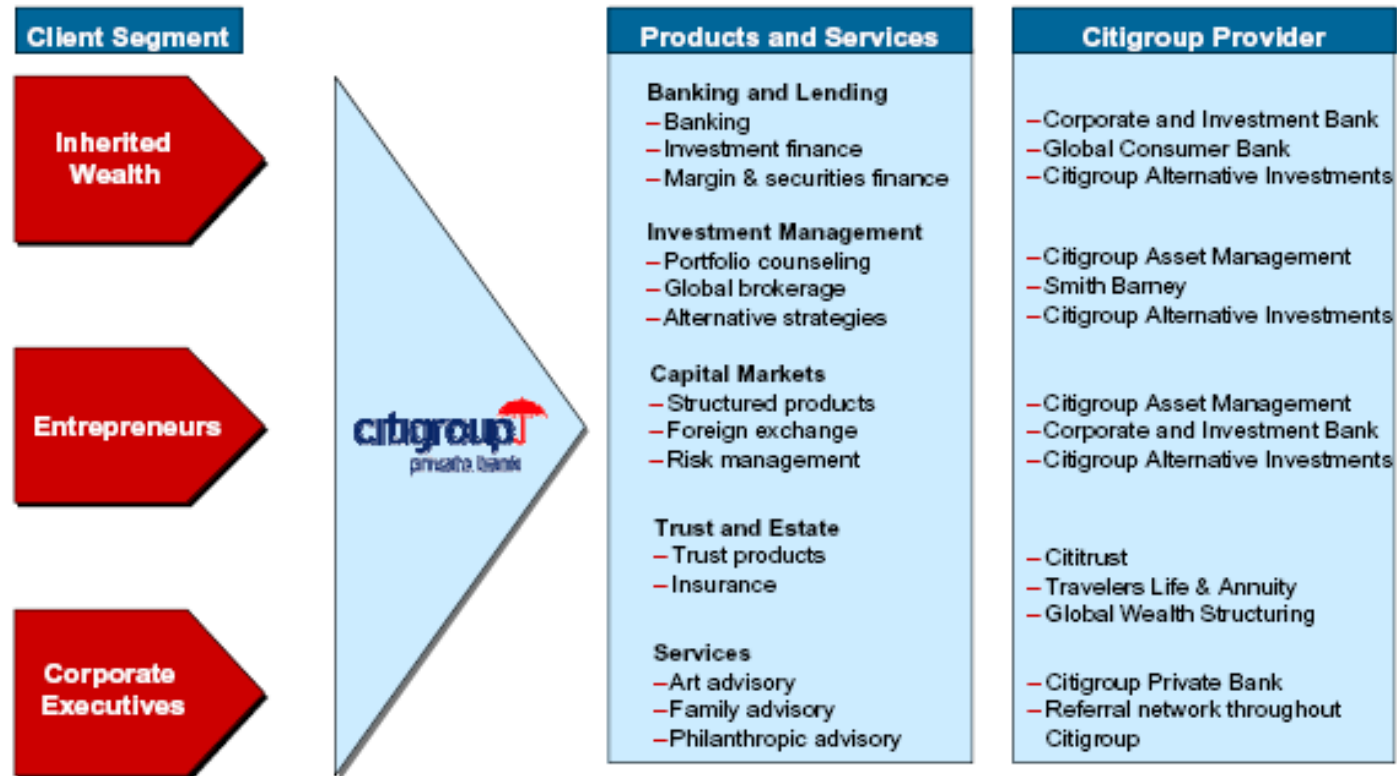
(Net Investible Assets)



Source: Citigroup estimates - data shown relates only to countries in which Citigroup has Consumer operations.

Segmentacja wg źródeł pochodzenia bogactwa

Leveraging Citigroup's Capabilities



Marketing relacyjny vs. transakcyjny - zwiększanie sprzedaży

Marketing transakcyjny	Marketing relacyjny
Marketing masowy; sprzedaż produktów niezdefiniowanym klientom	Sprzedaż produktów starym klientom plus pozyskiwanie nowych klientów

Marketing relacyjny vs. transakcyjny - relacje z klientami

Marketing transakcyjny	Marketing relacyjny
Na bazie wybranych, pojedynczych produktów	Na bazie wielu produktów (kompleksowa współpraca)

Marketing relacyjny vs. transakcyjny - produkty

Marketing transakcyjny	Marketing relacyjny
<p>Produkty łączone są w pakiety, aby stworzyć wrażenie innowacji oraz zróżnicowania (po to m.in. nadaje im się odrębne marki). Prawdziwe innowacje należą do rzadkości (dominuje raczej naśladownictwo).</p> <p>Sprzedaż krzyżowa ma zwiększyć zyski i przywiązać klienta (podnieść koszty ewentualnej rezygnacji)</p>	<p>Produkty przygotowywane są „na miarę”; nawet pakiety pozostawiają klientowi pole manewru.</p> <p>Ciągle pojawiają się innowacje, bo zmieniają się potrzeby klientów, a firma poszukuje możliwości zwiększenia użyteczności usług.</p> <p>Sprzedaż krzyżowa nastawiona jest na tworzenie więzi w długim okresie (nawet w ciągu całego cyklu życia klienta)</p>

Oferta produktowa firmy Olimp Labs



STRONA GŁÓWNA > PRODUKTY > WITAMINY I MINERAŁY

WITAMINY I MINERAŁY

sortuj od najstarszych ▼

LICZBA PRODUKTÓW: 35 / ZOBACZ WSZYSTKIE PRODUKTY OLIMP SPORT NUTRITION



VITA-MIN PLUS® SENIOR



VITA-MIN PLUS® MAMA



CHELA-FERR® FORTE



CHELA-FERR® MED



CHELA-MAG B8® FORTE SHOT



ZMA



VITA-MIN MULTIPLE SPORT MEGA CAPS

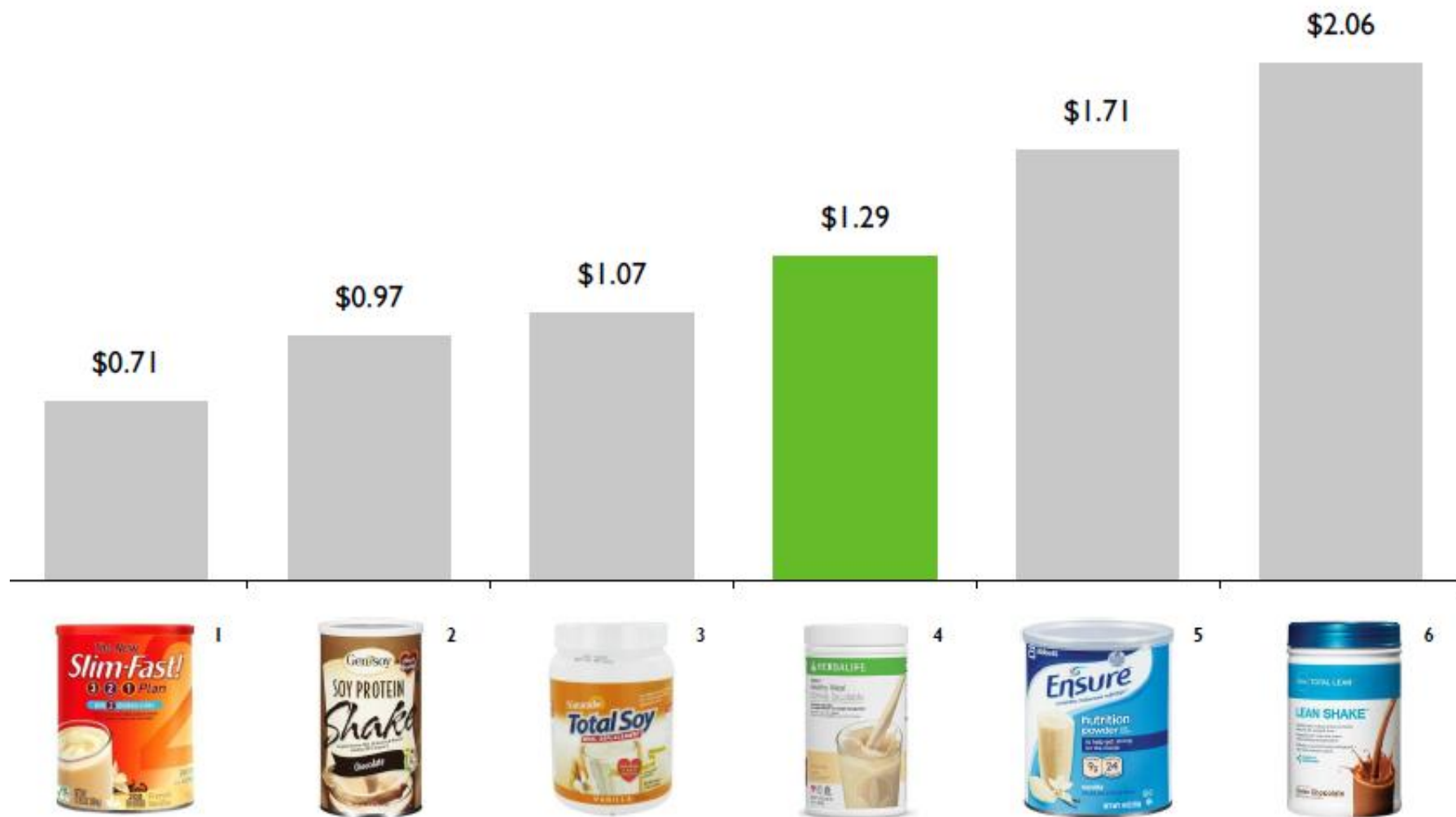


VITA-MIN PLUS®

Marketing relacyjny vs. transakcyjny - ceny

Marketing transakcyjny	Marketing relacyjny
<p>Dzięki podziałowi na segmenty o różnej wrażliwości cenowej, firma może maksymalizować ceny w poszczególnych grupach klientów. System kształtowania cen jest tak niejasny, że klient traci orientację (nie jest w stanie porównywać ofert różnych banków).</p> <p>Firma stosuje ukryte opłaty; zdarza się, że wprowadza niezapowiedziane i niczym nieuzasadnione podwyżki.</p>	<p>Ceny odpowiadają rzeczywistej wartości produktów / usług; są wyższe tylko wtedy, gdy produkt / usługa daje klientowi dodatkową wartość.</p> <p>System kształtowania cen jest elastyczny; klient może wybierać w taryfach i maksymalizować swoje korzyści (oraz ograniczać koszty). System cenowy jest przejrzysty, klient nie natrafia na ukryte opłaty.</p> <p>Zmiany cenowe są wprowadzane wtedy, gdy zmieniają się parametry rynkowe.</p>

Ceny różnych odżywek zastępujących regularne posiłki (w USD za 1 posiłek przygotowany z proszku)



Źródło: Herbalife, Investor Day Presentation, January 2013.

Promocje cenowe w sklepie internetowych SFD

SFD KATEGORIE PRODUCENCI PROMOCJE MÓJ CEL Szukaj... MOJE KONTO 0,00 PLN

PROMOCJA DNIA

optimum nutrition AMINO ENERGY

★★★★★ 46

~~119,00 zł~~ **59,99 zł**

Oferta kończy się za: 04 : 38 : 16

Pozostało: 149 Sprzedano: 1

KUPUJĘ

allnutrition WHEY PROTEIN

★★★★★ 627

~~68,99 zł~~ **49,99 zł**

KUPUJĘ

sfd WPC PROTEIN PLUS

★★★★★ 835

~~54,99 zł~~ **39,99 zł**

KUPUJĘ

sfd 5X WPC PROTEIN PLUS + RĘCZNIK

★★★★★ 817

~~324,94 zł~~ **199,99 zł**

KUPUJĘ

allnutrition 4X WHEY PROTEIN + RĘCZNIK

★★★★★ 451

~~325,95 zł~~ **219,99 zł**

KUPUJĘ

NOWOŚĆ

sfd 3X WPC PROTEIN PLUS + SHAKER BIG

★★★★★ 813

~~199,96 zł~~ **119,99 zł**

KUPUJĘ

NOWOŚĆ

sfd 2X BCAA+G-MAX 2.0 + BIG SHAKER

★★★★★ 14

~~154,97 zł~~ **99,99 zł**

KUPUJĘ

NOWOŚĆ

allnutrition 3X VITAMINALL SPORT

★★★★★ 46

~~69,99 zł~~ **49,99 zł**

KUPUJĘ

GRATIS

optimum nutrition WHEY GOLD STANDARD 100% + SHAKER

★★★★★ 1

~~338,99 zł~~ **229,99 zł**

KUPUJĘ

NOWOŚĆ

biotechusa ISO WHEY ZERO + 5X NITROX THERAPY

★★★★★ 34

~~282,95 zł~~ **219,00 zł**

KUPUJĘ

allnutrition 3X WHEY PROTEIN + SHAKER

★★★★★ 474

~~209,96 zł~~ **149,99 zł**

KUPUJĘ

Marketing relacyjny vs. transakcyjny - dystrybucja

Marketing transakcyjny	Marketing relacyjny
<p>Występuje wypychanie klientów do tańszych kanałów dystrybucji. Prowadzona jest oddzielna sprzedaż internetowa.</p> <p>Liczba kanałów dystrybucji jest ograniczona.</p>	<p>Firma tworzy warianty dystrybucji odpowiadające poszczególnym segmentom (to klient wybiera, jaki model dystrybucji mu odpowiada).</p> <p>System dystrybucji ma charakter wielokanałowy.</p>

System dystrybucji PANDORY – liczba punktów sprzedaży

	2016	2015	Growth
Concept stores	2,138	1,802	336
- hereof PANDORA owned	598	474	124
- hereof 3 rd party distributors	564	499	65
Shop-in-shops	2,027	1,674	353
- hereof PANDORA owned	111	116	-5
- hereof 3 rd party distributors	461	414	47
Multibranded	3,966	5,795	-1,829
- hereof 3 rd party distributors	1,020	1,184	-164
Total points of sale	8,131	9,271	-1,140



Marketing relacyjny vs. transakcyjny - komunikacja i promocja

Marketing transakcyjny	Marketing relacyjny
<p>Przekaz informacji występuje tylko w jednym kierunku (firma - klient). Promowane są tylko wybrane elementy oferty.</p> <p>Klienci odczuwają niedostatek aktualnych i wiarygodnych informacji.</p> <p>Programy lojalnościowe wykorzystuje się po to, aby podnieść koszty rezygnacji z usług.</p>	<p>Działania promocyjne są tylko częścią systemu komunikacyjnego, nastawionego na wymianę informacji.</p> <p>Materiały reklamowe zawierają istotne z punktu widzenia klienta informacje.</p> <p>Programy lojalnościowe podnoszą wartość usług (firma dzieli się z klientami korzyściami jakie uzyskuje dzięki ich lojalności)</p>

Media społecznościowe – fora tematyczne



Znajdź w artykułach lub na forum...



LOGOWANIE

REJESTRACJA

FORUM

ARTYKUŁY

KLUBY

KUP DIETĘ/TRENING

TRENINGI

RANKINGI

GRUPA NA FB

SKLEP

NAJLEPSI W TYGODNIU

Najwięcej dodanych postów



Najwięcej otrzymanych Szacunów



DZIAŁY TEMATYCZNE

Odżywianie i Odchudzanie

Co i ile jeść, aby zdrowo wyglądać

Tematów: 121179
Postów: 1303774



domer

Moderator prowadzący

Za wysokie TSH

14 min.
temu

domer



strony z aminogramami

17 min.
temu

CarbonBase...



Brak apetytu rano

33 min.
temu

domer



Odżywki i Suplementy

Pytania, cykle i porady

Tematów: 137139
Postów: 1736847



Banan

Moderator prowadzący

Wielki Test białka SFD WPC Protein Plus

11 min.
temu

erwinoos



Wrzucajcie fotki swoich supli vol 7 !!!!!!!!!!!!!

18 II 01:44

Banan



Pytanie odnośnie redukcji

17 II 21:45

domer



Trening dla początkujących

Odpowiedzi na pytania, artykuły i blogi treningowe dla osób mniej doświadczonych

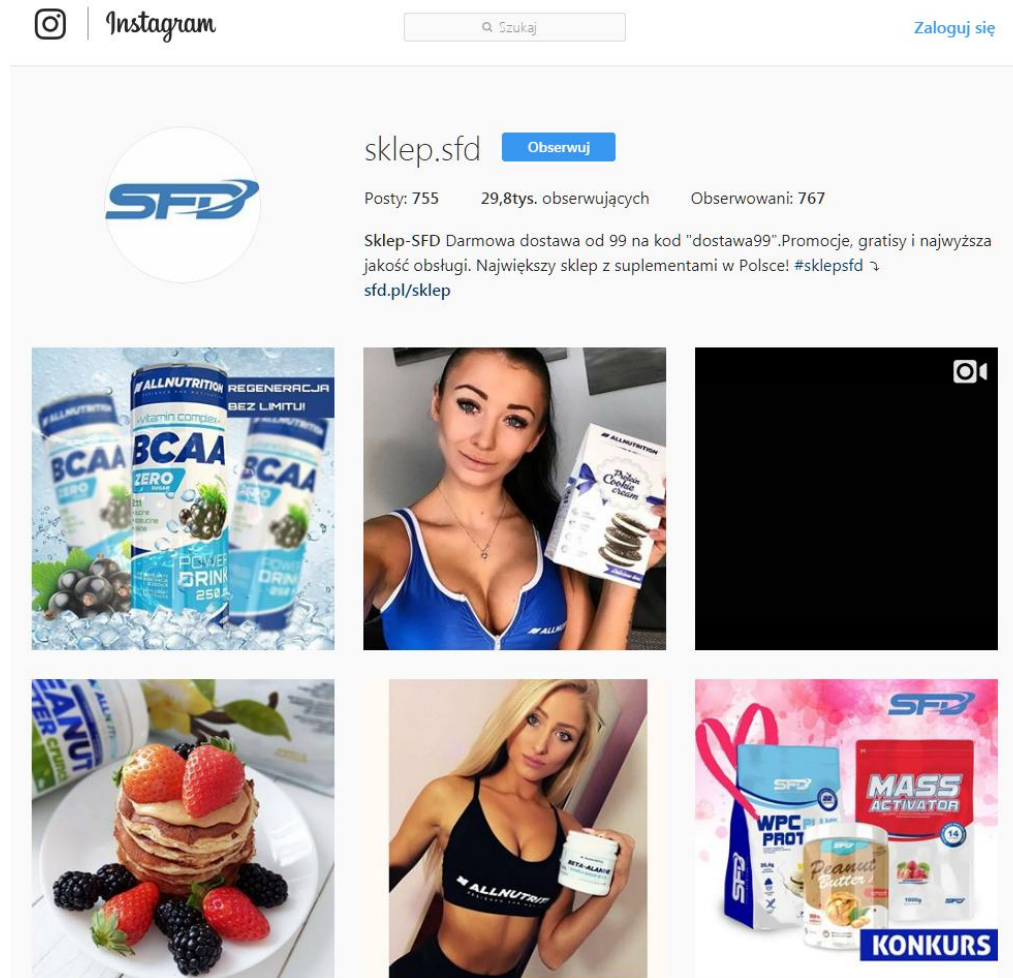
Tematów: 99254
Postów: 1383464

Trening dla zaawansowanych

Dział dla osób z aktualnym, ciągłym 2 letnim stażem

Tematów: 60771
Postów: 701141

Profil spółki SFD na portalu Instagram



The image shows a screenshot of the SFD Instagram profile. At the top, there is the Instagram logo and the word "Instagram". A search bar contains the text "Szukaj". On the right, there is a "Zaloguj się" button. The profile header includes the SFD logo, the name "sklep.sfd", and an "Obserwuj" button. Below this, statistics are shown: "Posty: 755", "29,8tys. obserwujących", and "Obserwowani: 767". A bio text reads: "Sklep-SFD Darmowa dostawa od 99 na kod 'dostawa99'. Promocje, gratisy i najwyższa jakość obsługi. Największy sklep z suplementami w Polsce! #sklepsfd ↵ sfd.pl/sklep". The main content area features a grid of six images: 1) Three cans of ALLNUTRITION BCAA ZERO and POWER DRINK 250. 2) A woman in a blue sports top holding a bag of ALLNUTRITION Protein Cookies. 3) A black image with a small Instagram logo in the top right corner. 4) A stack of pancakes topped with strawberries and blackberries. 5) A woman in a black sports top holding a jar of ALLNUTRITION RET-ALAN. 6) A collection of SFD products including WPC PROT, Peanut Butter, and MASS ACTIVATOR, with a "KONKURS" banner at the bottom.

Źródło: <https://www.instagram.com/explore/tags/sfd/>.

Kampanie wizerunkowe – Olimp Labs

