

Wykład:

**Polityka cenowa
a relacje z klientami**

Polityka cenowa

Polityka cenowa – obejmuje wszelkie decyzje dotyczące cen - ich wysokości, sposobu ustalania, zasad różnicowania, okoliczności wprowadzania zmian oraz stosowania rabatów / obniżek cenowych.

Wszystkie decyzje cenowe mają **wpływ na kondycję finansową przedsiębiorstwa**. Ceny ustalone na zbyt wysokim poziomie powodują odpływ klientów, ceny zbyt niskie nie pozwalają firmie osiągnąć odpowiednio wysokiej marży zysku (a w niektórych przypadkach mogą nawet spowodować straty).

Bearden, Ingram i Laforge (1995) w książce *Optimal Pricing Decisions* piszą, że decyzje cenowe mają kluczowe znaczenie, bo **cena jest jedynym elementem kompozycji marketingowej, który bezpośrednio wpływa na przychody i zyski firmy** [podobną opinię prezentuje Kotler: „*cena jest jedynym składnikiem kompozycji marketingowej, który generuje przychody; pozostałe składniki marketing-mix-u generują tylko koszty*”].

Cele polityki cenowej

Celem polityki cenowej może być m.in.:

1. zwiększenie bazy klientów / zwiększenie udziału w rynku (przez oferowanie niektórych produktów po niskich cenach);
2. maksymalizacja zysku (przez wykorzystanie strategii „*what the market can bear*”, czyli ile wytrzyma rynek);
3. utrzymanie pozycji lidera w dziedzinie jakości produktów / usług (co wiąże się z ustalaniem cen na wyższym poziomie, bo niskie ceny mogą kojarzyć się z niską jakością).

NOWE KONTO WYDAJESZ & ZARABIASZ



- **100 ZŁ** ZA OTWARCIE KONTA
- **1%** PŁATNOŚCI KARTĄ WRACA DO CIEBIE
- **ZA DARMO BANKOMATY W POLSCE**

☎ 1 9999
www.bzwbk.pl



Bank Zachodni WBK

Promocja 100 zł za konto! Aktywacja już do 30.04.2010 i zabieg Pakiet z nowym Kontem Wydać i Zarabiać, nie gwarantujemy w ciągu ostatnich 12 miesięcy konta oszczędności w PKO w 62 000 zł, nie w ciągu dwóch kolejnych miesięcy kolejno następujących: opiewająca kwoty na konto powalczą 1000 zł. Zgodnie z przepisami, płatności kartą dotyczą Kartę Wydać i Zarabiać. Darmowa wypłata za wszystkich bankomatów w Polsce dotyczący wyjątkowo Kartę Wydać i Zarabiać. Szczegóły oferty, informacje o sposobach prowadzenia oraz regulamin promocji 100 zł za konto! dostępny w oddziałach 62 000 lub na stronach 62 000 Partner. 1 9999 – opłata zgodnie z taryfą swojego operatora. Stan na 1.03.2010.

Strategie cenowe

Strategia cen niskich – ustalenie cen z minimalną marżą, tak aby generować maksymalną sprzedaż i zwiększać udziały w rynku.

Strategia cen średnich – ustalanie cen zbliżonych do średniej w danej klasie produktów na rynku.

Strategia cen wysokich – to stosowanie możliwie najwyższych poziomów cen.



Two bottles of LUCEK dish soap are shown side-by-side. The left bottle is red and labeled 'LUCEK GRAPEFRUIT 1L'. The right bottle is green and labeled 'LUCEK JABŁKOWO CYTRYNOWY 1L'. Both bottles have a '24h' logo in the top right corner. Below each bottle, the price is listed as 2.77 for 1 szt. z VAT, with a green 'DODAJ' button.

LUCEK GRAPEFRUIT 1L

2.77
1 szt. z VAT

DODAJ

LUCEK JABŁKOWO CYTRYNOWY 1L

2.77
1 szt. z VAT

DODAJ



Two bottles of LUDWIK dish soap are shown side-by-side. The left bottle is white with a yellow label and labeled 'LUDWIK PŁYN DO NACZYŃ CYTRYNA 1000G'. The right bottle is white with a green label and labeled 'LUDWIK PŁYN DO NACZYŃ MIĘTOWY 1000G'. Both bottles have a '24h' logo in the top right corner and a '-18%' discount tag. Below each bottle, the price is listed as 4.29 for 1 szt. z VAT, with a green 'DODAJ' button.

PROMOCJA

-18%

LUDWIK PŁYN DO NACZYŃ
CYTRYNA 1000G

5-23
4.29
1 szt. z VAT

DODAJ

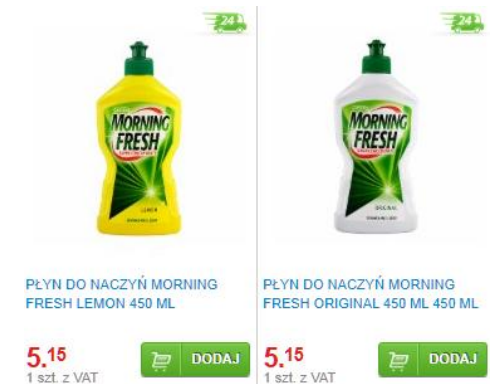
PROMOCJA

-18%

LUDWIK PŁYN DO NACZYŃ
MIĘTOWY 1000G

5-23
4.29
1 szt. z VAT

DODAJ



Two bottles of MORNING FRESH dish soap are shown side-by-side. The left bottle is yellow and labeled 'PŁYN DO NACZYŃ MORNING FRESH LEMON 450 ML'. The right bottle is white and labeled 'PŁYN DO NACZYŃ MORNING FRESH ORIGINAL 450 ML 450 ML'. Both bottles have a '24h' logo in the top right corner. Below each bottle, the price is listed as 5.15 for 1 szt. z VAT, with a green 'DODAJ' button.

PŁYN DO NACZYŃ MORNING
FRESH LEMON 450 ML

5.15
1 szt. z VAT

DODAJ

PŁYN DO NACZYŃ MORNING
FRESH ORIGINAL 450 ML 450 ML

5.15
1 szt. z VAT

DODAJ

Kształtowanie cen – 5C

Cost (koszty)

Customer (klienci)

Channel of Distribution (kanały dystrybucji)

Competition (konkurencja)

Compatibility (zgodność z celami firmy)

Cost (koszty)

Przy ustalaniu cen przedsiębiorstwo nie może ignorować kosztów, jakie ponosi przy produkcji / świadczeniu usług.

Cena powinna pokryć wszystkie koszty i zapewnić firmie odpowiednią marżę zysku.

Wyszczególnienie	Kwota (w zł)
Koszty materiałowe	0,50
Koszty pracy	1,00
Koszty produkcji	0,50
RAZEM	2,00
Marża	1,00
CENA SPRZEDAŻY	3,00



Ceny produktów Pandora w zależności od wykorzystanych materiałów



Złota bransoletka bangle Moments


Element #550713

Elegancka i stylowa bransoletka PANDORA wykonana z 14-karatowego złota. Dodaj do niej charmsy, które nadadzą jej ekskluzywny wygląd
[CZYTAJ WIĘCEJ >](#)

Metal: Złoto 14-karatowe >

[ZOBACZ WSZYSTKIE ROZMIARY >](#)

Od
5 199,00 PLN

 WYŚLIJ PODPOWIEDŹ



KUP TERAZ



299,00 PLN



229,00 PLN



359,00 PLN



359,00 PLN

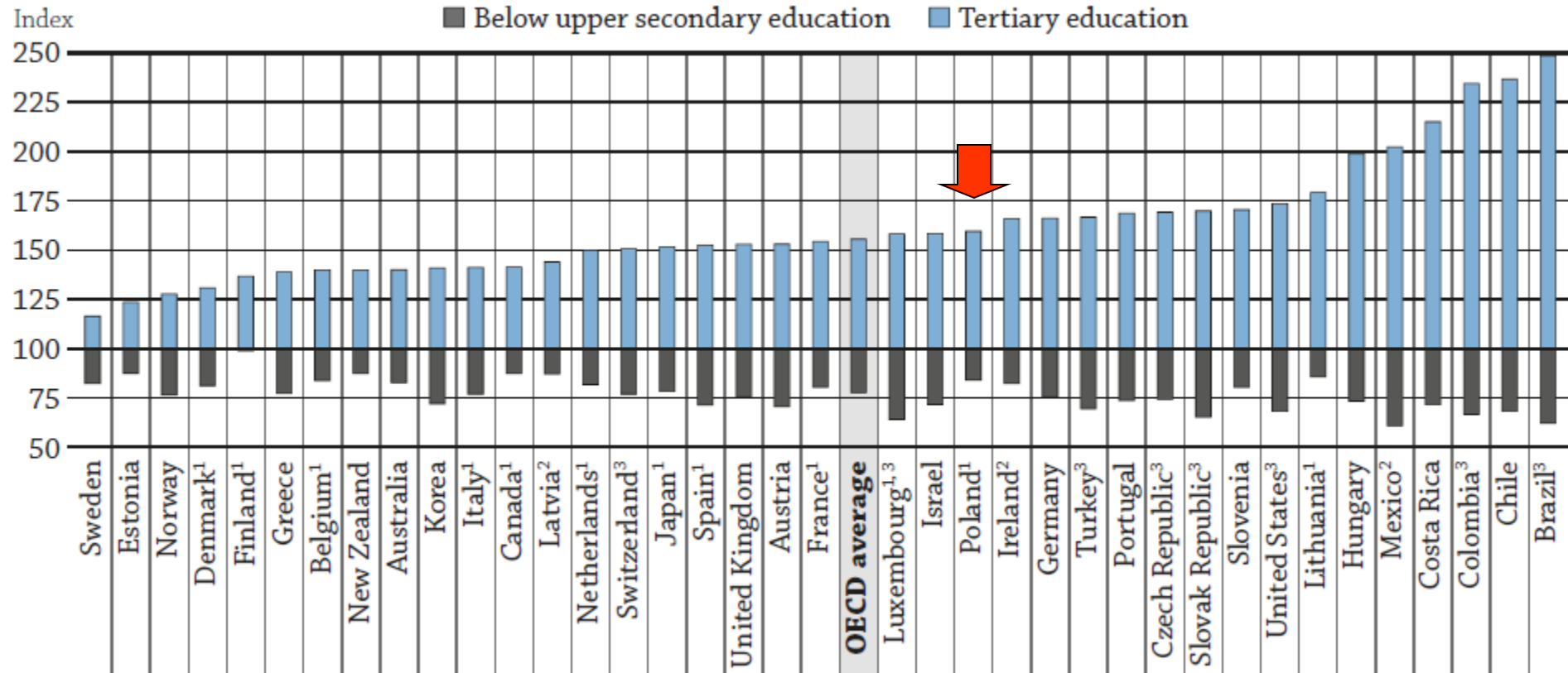
Customer (klient)

Klienci są skłonni zapłacić więcej za produkt tylko wtedy, gdy oferuje on jakąś dodatkową wartość (klienci mogą zaakceptować wyższe opłaty w zamian za specjalne warunki obsługi).

Metoda popytowa kształtowania cen wymaga pogłębionej wiedzy o sytuacji finansowej potencjalnych nabywców, motywach zakupów oraz ich wrażliwości cenowej.

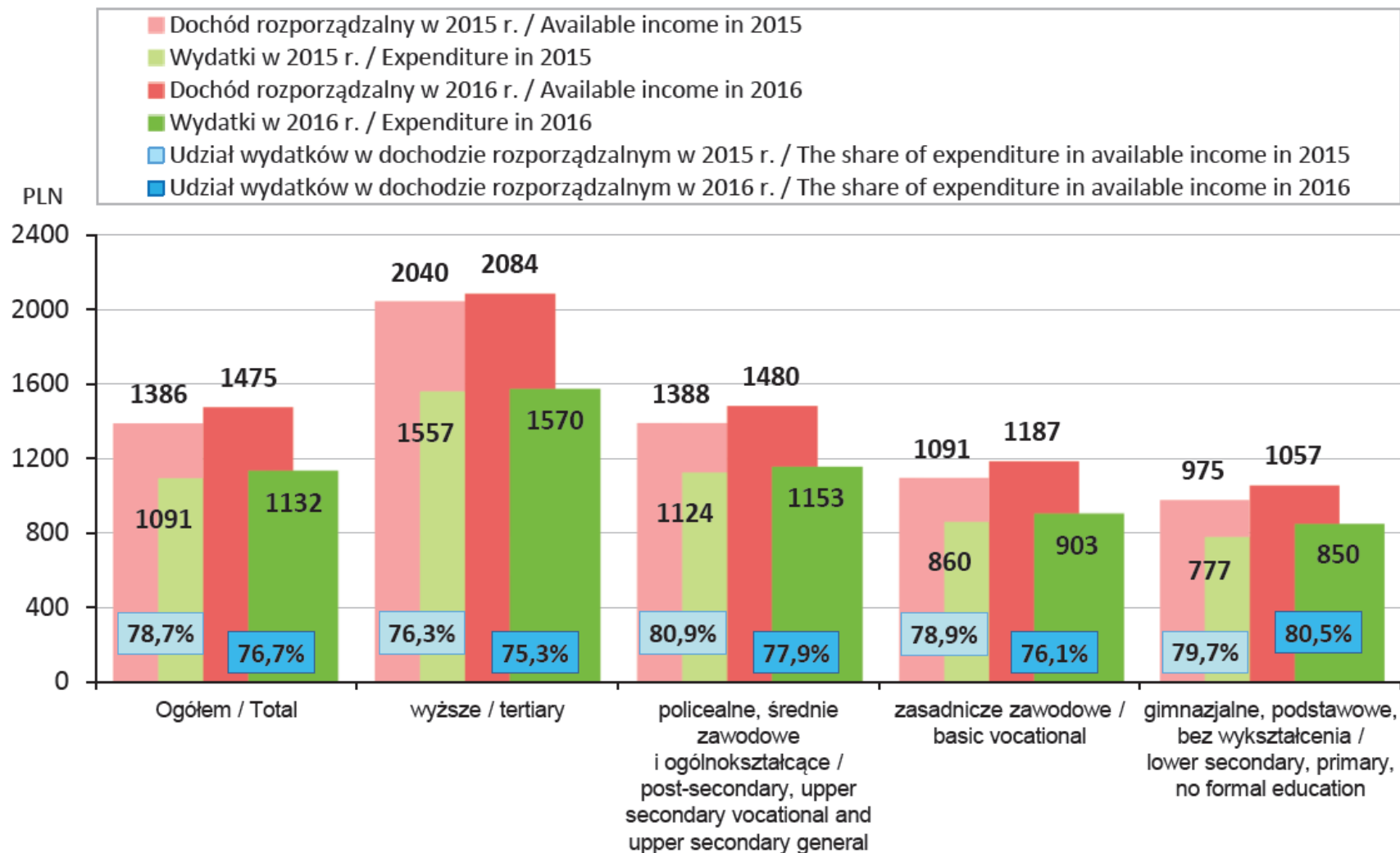


Relacje dochodów z pracy wśród osób z różnym poziomem wykształcenia, 2015



upper secondary education = 100

Miesięczny dochód rozporządzalny oraz wydatki przypadające na 1 osobę, 2016



Cena relacyjna

Cena relacyjna wg Otto (2001) to „cena dopasowana do charakteru produktu, jego unikalnych cech zdeterminowanych indywidualizacją oferty” (autor ten podkreśla, że to „klient sam decyduje o jej poziomie, wybierając najlepszy jego zdaniem wariant produktu”).

Ceny relacyjne - to ceny, które spełniają następujące warunki: nagradzają skalę i długotrwałość relacji (są różnicowanie w zależności od głębokości i wielowymiarowości relacji), uwzględniają zróżnicowaną i charakterystyczną dla danego etapu cyklu życia klienta wrażliwość cenową, są indywidualnie ustalone (w procesie negocjacji lub w ramach stworzonych wielu opcji cenowych, gdzie klient dokonuje ostatecznego wariantu oferty) oraz odpowiadają rzeczywistej (subiektywnie postrzeganej przez klienta) wartości produktu (cena, która nie uwzględnia wartości produktu doprowadzi prędzej czy później do zaburzenia relacji) [Szczepaniec, 2004].

Ceny relacyjne w PANDORA



BLACK FRIDAY WEEKEND SAVINGS

BUY 2 GET 1 FREE

Buy 2 full priced items, get 1 free (lowest priced item)



BUY MORE SAVE MORE

September 14-17

Buy \$150 **SAVE 20%**

Buy \$300 **SAVE 25%**

Buy \$600 **SAVE 35%**

PANDORA®

pandora september 2017 save more event

SEPTEMBER 12 - 17

SAVE MORE EVENT

SPEND	SAVE
\$150	\$50
\$450	\$160
\$750	\$275
\$1000	\$400

SAVE UP TO \$400*

morapandorablog.com

*Save More Event is only valid at participating retailers from September 12-17, 2017. Void where prohibited. In store only. May void with other purchases. Excludes taxes and fees. Excludes gift card purchases. Selections may vary by store. Maximum discount \$400 per transaction. See store for details.

PANDORA®

© 2017 Pandora Jewelry, LLC. All rights reserved.

FREE BANGLE

Receive a FREE sterling silver bangle when you spend €125

Available while stocks last. 596404CZ, only.

YOUR LIMITED EDITION GIFT

PANDORA®

Ceny produktów i usługi dodatkowe w Sephora



Oferta
Specjalna

Lubię to! 5

OCENA
KLIENTÓW



100% recenzentów poleciło ten produkt.

>> Napisz recenzję
>> Czytaj wszystkie [4] recenzje



DARMOWA DOSTAWA
ZAMÓWIEN OD 230ZŁ >



BEZPŁATNE PAKOWANIE NA PREZENT >



DO 5 PRÓBEK GRATIS >



**1 MIESIĄC NA ZWROT
TAKŻE W PERFUMERIACH >**



**GWARANCJA ORYGINALNOŚCI
PRODUKTÓW >**



BEZPŁATNA INFOLINIA >

Si Woda Toaletowa

GIORGIO ARMANI

Si woda toaletowa to kompozycja stworzona dla kobiety, która ma odwagę powiedzieć „TAK” swojemu życiu. Jej naturalny wdzięk i elegancja intryguje każdego, kto ją spotka a jej radość życia jest zaraźliwa.

Delikatną i transparentną kompozycję otwiera soczysta czarna porzeczka i rześka, zielona gruszka, które otulają szyprowe akordy frezji i róży majowej.

Całość kompozycji dopełnia wyrafinowana paczula w towarzystwie jasnego drzewa piżmowego

Oferta
Specjalna

OFERTA SPECJALNA

PREZENT: 2 vouchery do kina na dowolny film w sieci Multikino przy zakupie zapachu Armani Si (woda toaletowa). Oferta ważna do 30.05.2015 lub do wyczerpania zapasów wyłącznie w e-sklepie Sephora.pl. Oferta nie podlega wymianie na środki płatnicze.

	Woda Toaletowa 30 ml i oferta specjalna* NOWOŚĆ - WYŁĄCZNOŚĆ Sprawdź dostępność w perfumerii	239,00zł DARMOWA DOSTAWA	dostępny DODAJ DO KOSZYKA
	Woda Toaletowa 50 ml i oferta specjalna* NOWOŚĆ - WYŁĄCZNOŚĆ Sprawdź dostępność w perfumerii	339,00zł DARMOWA DOSTAWA	dostępny DODAJ DO KOSZYKA
	Woda Toaletowa 100 ml i oferta specjalna* NOWOŚĆ - WYŁĄCZNOŚĆ Sprawdź dostępność w perfumerii	459,00zł DARMOWA DOSTAWA	dostępny DODAJ DO KOSZYKA

PRODUKTY Z GAMY



GIORGIO ARMANI
Si
Woda perfumowana
od 265,00zł



GIORGIO ARMANI
Si Intense
Woda Perfumowana
od 329,00zł

Program lojalnościowy Sephora



ZBIERAJ PUNKTY i zdobywaj nowe korzyści

650 punktów
(1 zł = 1 punkt)
lub 4 transakcje**

=



10%
rabatu*
na Twoje zakupy



* Zasady korzystania z rabatu opisane są na kuponie -10%

** Liczona będzie jedna transakcja dokonana w danym dniu

ODKRYJ ZALETY Kart Sephora

 Karta Sephora White	 Karta Sephora Black	 Karta Sephora Gold
---	---	--

Channel of Distribution (kanał dystrybucji)

Polityka różnicowania cen w zależności od kanału dystrybucji (*channel-based price differentiation*) jest coraz częściej stosowana wraz z upowszechnianiem się strategii sprzedaży wielokanałowej.



Rodzaj czynności	Opłaty/prowizje								
	eKonto/ eKonto z darmowymi bankomatami/ eKonto dla młodych ¹¹ / eKonto mobilne ^{12,16} / eKonto mobilne plus ¹⁶			mKonto Multi			mKonto Aquarius		
	Internet, AST ¹	Konsultant mLinii/ Ekspert online	Płacówka mBanku	Internet, AST ¹	Konsultant mLinii/ Ekspert online	Płacówka mBanku	Internet, AST ¹	Konsultant mLinii/ Ekspert online	Płacówka mBanku
1. Otwarcie	0,00 zł			0,00 zł			0,00 zł		
2. Prowadzenie (opłata miesięczna) ²	0,00 zł/5,00zł			9,00 zł/5,00 zł			19,50 zł/0,00 zł		
3. Przelewy w złotych polskich									
a) dokonanie przelewu wewnętrznego ³	0,00 zł	2,00 zł	5,00 zł/ 0,00 zł ⁵	0,00 zł	1,00 zł	2,00 zł	0,00 zł		
b) dokonanie przelewu zewnętrznego ⁴	0,00 zł	4,00 zł	8,00 zł/ 0,00 zł ⁵	0,00 zł	2,00 zł	4,00 zł	0,00 zł	2,00 zł	4,00 zł
c) ustanowienie, zmiana i usunięcie przelewu do Odbiorcy zdefiniowanego	0,00 zł	4,00 zł	8,00 zł	0,00 zł	2,00 zł	4,00 zł	0,00 zł		

Porównanie cen Sephora i parfems.pl

SEPHORA

SZUKAJ



DARMOWA DOSTAWA
ZAMÓWIEN OD 230 ZŁ

MAKIAŻ ZAPACHY PIELĘGNACJA TWARZY CIAŁO & KĄPIEL MĘCZYŻNA WŁOSY AKCESORIA PREZENTY MARKI | ZAINSPIRUJ SIĘ

Strona główna > Zapachy > Dla mężczyzn > Wody toaletowe



f

Dior

DIOR

Fahrenheit

Woda Toaletowa Kocham

to!

★★★★★ NAPISZ RECENZJĘ

Kreatywność, wykwintność i mocny charakter - jedyny w swoim rodzaju. Fahrenheit był swoistą rewolucją olfaktoryczną i po dziś dzień pozostaje unikatowy, poprzez niespotykane dotąd połączenie ...

[Dowiedz się więcej](#)



50 ml

[Sprawdź dostępność w perfumerii](#)

329,00zł

658,00zł / 100ml
DARMOWA DOSTAWA

dostępny

DODAJ DO KOSZYKA



100 ml

[Sprawdź dostępność w perfumerii](#)

465,00zł

465,00zł / 100ml
DARMOWA DOSTAWA

dostępny

DODAJ DO KOSZYKA



200 ml

[Sprawdź dostępność w perfumerii](#)

715,00zł

357,50zł / 100ml
DARMOWA DOSTAWA

dostępny

DODAJ DO KOSZYKA



parfems.pl

Witaj | Zaloguj



Koszyk: (pusty)



Marki

Perfumy

Kosmetyki

Kosmetyki do włosów

Opalanie

Zdrowie

Szukaj



CHRISTIAN DIOR Fahrenheit - woda toaletowa 100 ml

Indeks: pCI006100

Marka: [Christian Dior](#)

Rodzaj: [woda toaletowa](#)

Pojemność: 100 ml

Pakowanie: normalne pakowanie

Dostępność: w magazynie

Nasza cena: **226,90 zł**

Ilość:

Do koszyka

0

0

+1



Zapytaj o produkt

Competition (konkurencja)

Na konkurencyjnym rynku przedsiębiorstwa nie mogą ignorować cen stosowanych przez inne podmioty gospodarcze.



CASTROL EDGE 10W-60 4L

★★★★★ 4,68 [15 opinii / Zadaj pytanie](#)

Rodzaj: Syntetyczne
Pojemność: 4L

od **175,00** zł

PORÓWNAJ CENY

w 9 sklepach



LOTOS QUAZAR 5W40 4L

★★★★★ 5,00 [1 opinia / Zadaj pytanie](#)

Rodzaj: Syntetyczne
Pojemność: 4L

163,00 zł

PORÓWNAJ CENY

w 1 sklepie



MOBIL 1 FS X1 5W50 4L

★★★★☆ 4,50 [Napisz opinię / Zadaj pytanie](#)

Rodzaj: Syntetyczne
Pojemność: 4L

od **119,49** zł

PORÓWNAJ CENY

w 3 sklepach



LOTOS SYNTHETIC A5/B5 SAE 5W30, POJ. 4L

★★★★☆ 4,00 [Napisz opinię / Zadaj pytanie](#)

Pojemność: 4L

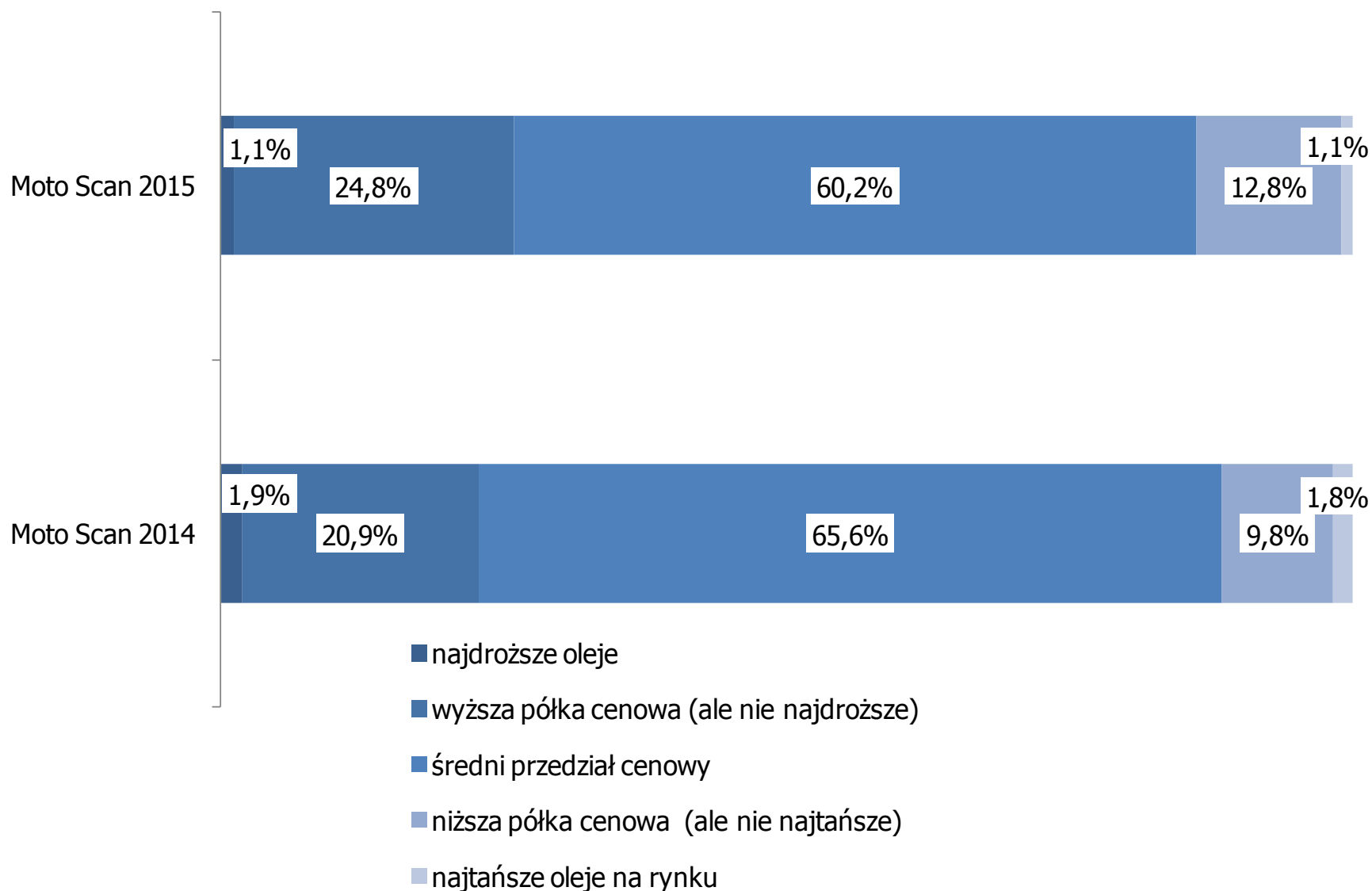
68,00 zł

PORÓWNAJ CENY

w 1 sklepie

Źródło: www.ceneo.pl

Najczęściej kupowane oleje – przedziały cenowe



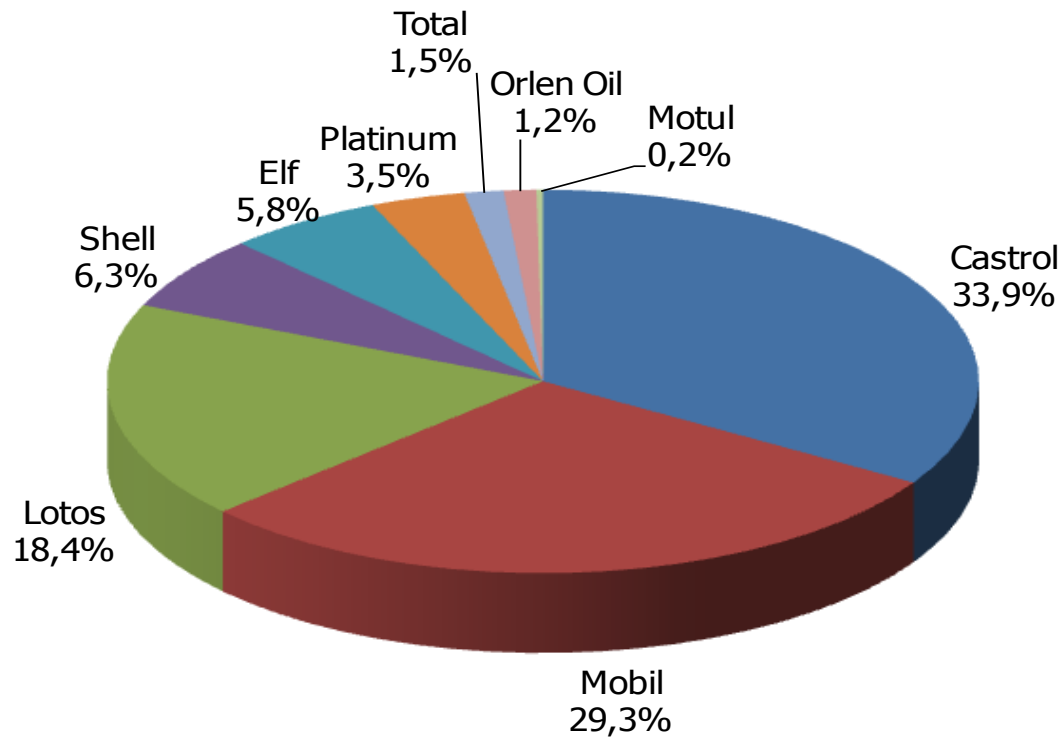
Źródło: QUALIFACT, Moto Scan 2015, Rynek olejów silnikowych.

Pułapy cenowe olejów silnikowych

Marka użytkowanego oleju	Średnia cena ostatnio kupionego oleju silnikowego /w zł / litr/	Cena dla mnie za wysoka/ w zł / litr/ [opinia] (średnia)	Cena tak niska, że budzi wątpliwości co do jakości oleju /w zł / litr/ [opinia] (średnia)
<i>Nabywcy najpopularniejszych marek olejów</i>			
Mobil	29,61	47,80	14,17
Castrol	31,21	50,05	15,19
Lotos	24,61	43,62	11,87
Orlen Oil / Platinum	25,14	44,02	12,04
Elf	26,22	42,91	12,19
Shell	31,06	52,16	13,77

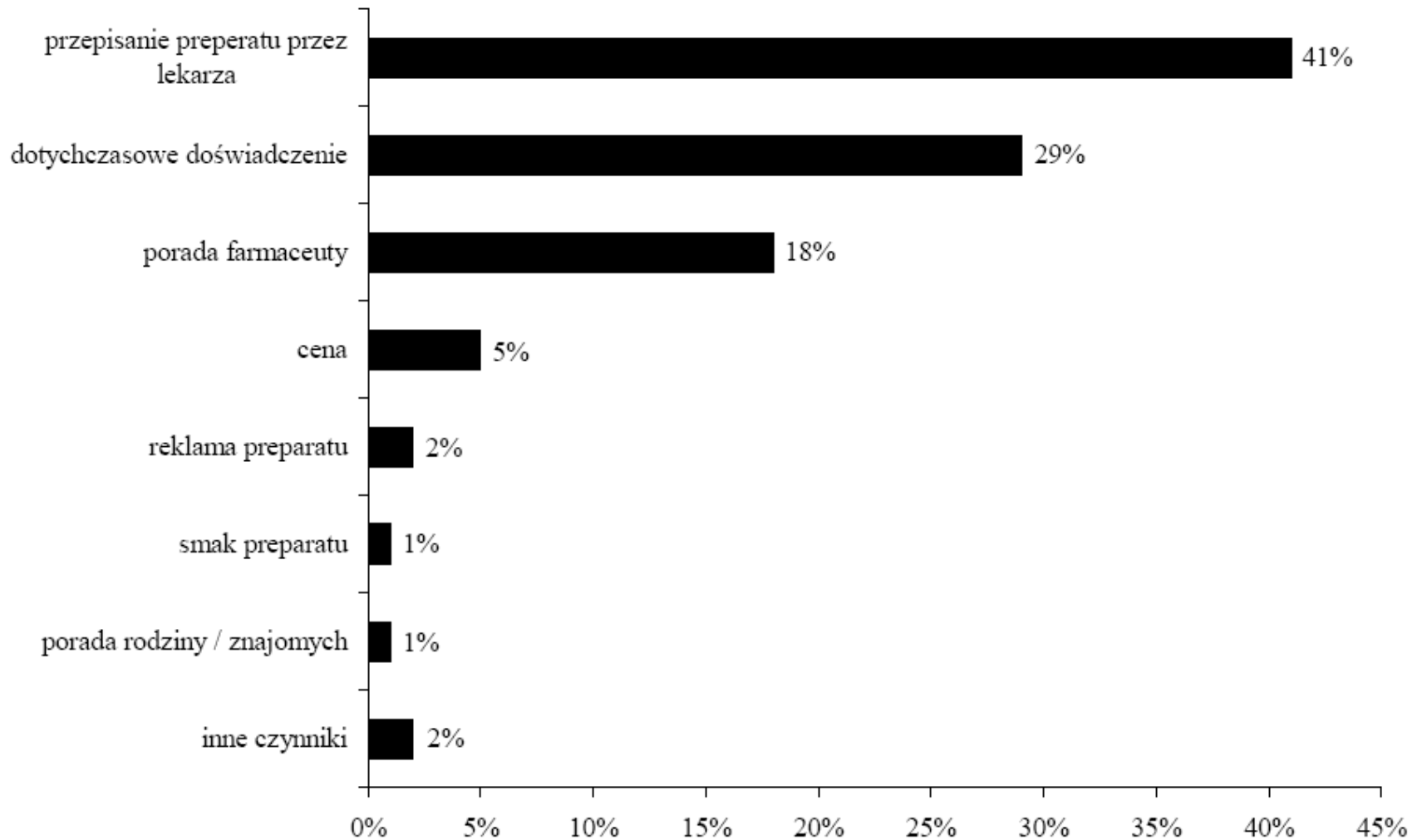
Źródło: QUALIFACT, Moto Scan 2015, Rynek olejów silnikowych.

Preferowana marka oleju silnikowego przy identycznych cenach



Źródło: QUALIFACT, Moto Scan 2015, Rynek olejów silnikowych.

Najważniejsze kryteria wyboru marki preparatu na kaszel (n=463)



Cena atrakcyjna (ale nie wpływająca na sposób postrzegania jakości preparatu na kaszel)

Forma preparatu na kaszel	Średnia cena (w zł) (wg wskazań respondentów z trzech prób badawczych)		
	Próba reprezentatywna	Próba nabywców preparatów "na kaszel"	Próba nabywców Flegaminy
syrop	5,07	4,54	4,54
krople	4,90	4,25	4,14
tabletki	4,48	4,29	4,27

Cena tak niska, że powoduje zwątpienie w jakość preparatu

Forma preparatu na kaszel	Średnia cena (wg wskazań respondentów z trzech prób badawczych)		
	Próba reprezentatywna	Próba nabywców preparatów "na kaszel"	Próba nabywców Flegaminy
syrop	2,20	2,01	1,88
krople	2,01	1,65	1,95
tabletki	1,97	1,55	1,89

Cena wysoka (ale uzasadniona wysoką jakością preparatu)

Forma preparatu na kaszel	Średnia cena (wg wskazań respondentów z trzech prób badawczych)		
	Próba reprezentatywna	Próba nabywców preparatów "na kaszel"	Próba nabywców Flegaminy
syrop	14,50	11,75	10,83
krople	15,38	10,55	9,23
tabletki	13,97	10,50	8,91

Cena zbyt wysoka (bariera cenowa)

Forma preparatu na kaszel	Średnia cena (wg wskazań respondentów z trzech prób badawczych)		
	Próba reprezentatywna	Próba nabywców preparatów "na kaszel"	Próba nabywców Flegaminy
syrop	25,68	20,27	17,07
krople	28,23	17,16	15,27
tabletki	27,58	17,36	15,11

Wnioski:

1. Aktualne ceny Flegaminy są tak niskie, że niektóre osoby mogą wątpić w jej jakość.
2. Najniższe ceny we wszystkich analizach były podawane przez nabywców Flegaminy, ale nawet oni bez problemu zaakceptowaliby cenę przekraczającą 4 zł.
3. Podniesienie ceny Flegaminy nie spowoduje natknięcia się na barierę cenową, bo jest ona ustanowiona na bardzo wysokim poziomie.

Wnioski z badań:

1. nabywcy preparatów na kaszel są wrażliwi na zmiany poziomu cen,
2. najczęściej wybieranym produktem przy wyjściowym poziomie cen jest Flegamina (wybór ten zawdzięcza niskiej cenie, skuteczności oraz powszechnej znajomości tej marki),
3. Flegamina traci klientów przy cenie 5-6 zł,
4. przy wyższej cenie Flegaminy nabywcy przerzucają się na Bromhexim, bo jest to preparat relatywnie tani,
5. małe zmiany cen 1-2 zł nie wpływają na ogół na zmianę preferencji.

Ceny syropów na kaszel (2)



Pectobonisol, płyn doustny, 100g

17,39 zł



Flegamina, syrop 4mg/5ml, smak malinowy, 200ml

16,59 zł



Flegamina, syrop 4mg/5ml, smak miętowy, 200ml

16,59 zł



Theraflu Kaszel, syrop 1,5mg/ml, 100ml

15,98 zł



Hedelix, syrop, 100ml

15,89 zł



Flegamina 8mg, 40 tabletek

15,81 zł



ACC Optima HOT, 600mg, 10 saszetek

15,69 zł

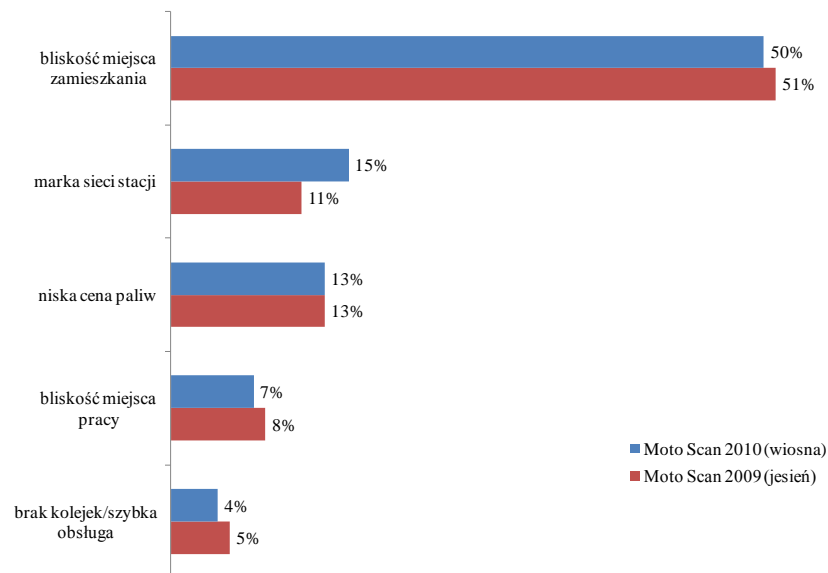
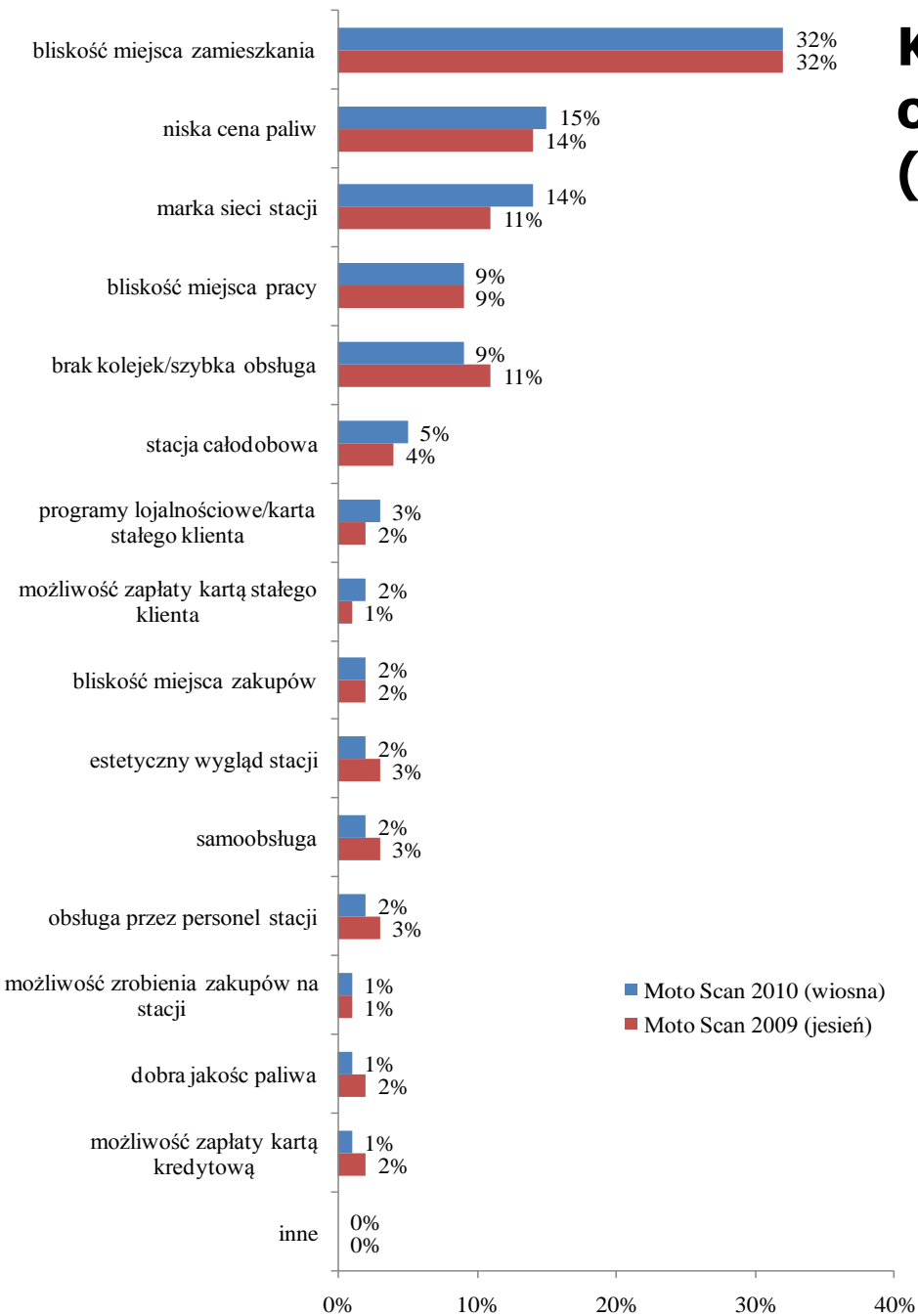


Prospan 26mg, zawiera wyciąg z liści bluszczu, 20 pastylek

14,69 zł

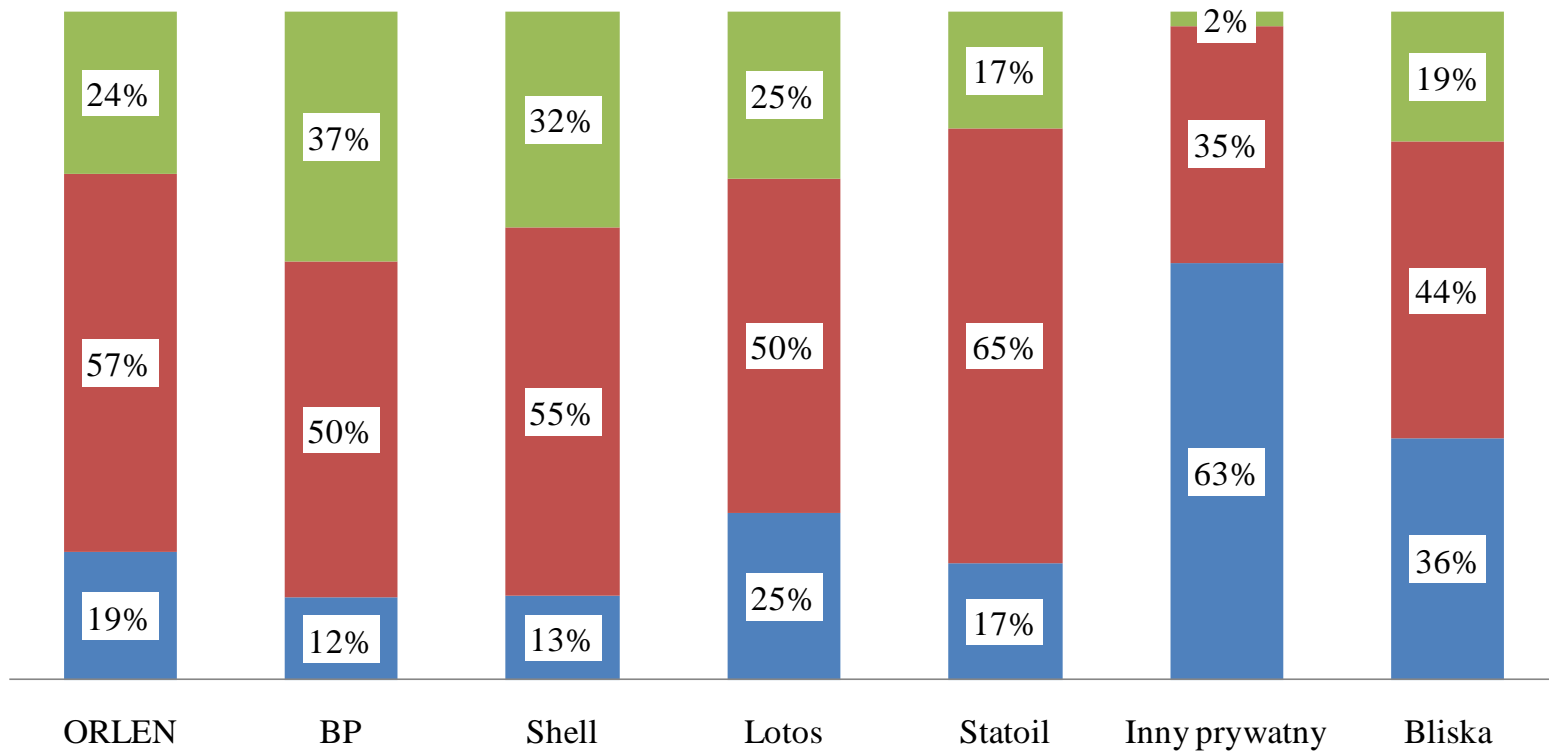


Kryteria wyboru najczęściej odwiedzanej stacji benzynowej (dane ważone)



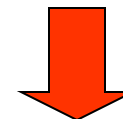
Kryteria wyboru najczęściej odwiedzanej stacji benzynowej (wskazania na 1 m. miejscu)

Znaczenie ceny paliwa w procesie wyboru stacji - podział na klientów poszczególnych stacji



- wybieram te stacje, na których paliwo jest najtańsze
- zwracam uwagę na ceny paliw, ale nie poszukuję stacji, na których paliwo jest najtańsze
- nie zwracam większej uwagi na ceny paliw, tankuję tylko na stacjach, do których mam zaufanie

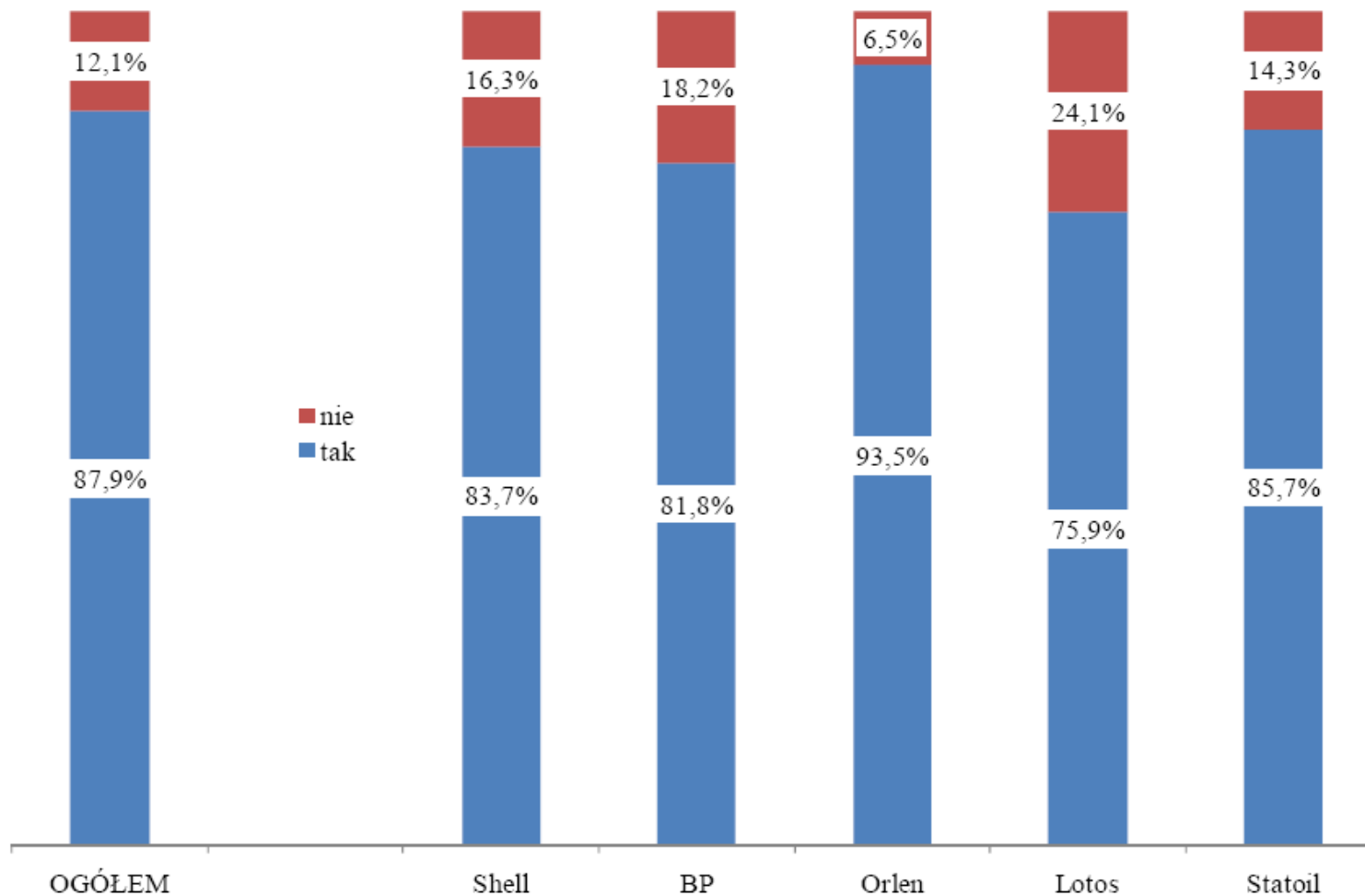
Średnia liczba tankowań na stacjach oferujących program lojalnościowy podczas 10 ostatnich tankowań



Program lojalnościowy	liczba odpowiedzi	% uczestników (n=402)	% próby (n=1039)	średnia liczba tankowania na danej stacji (z ostatnich 10 razy)
Orlen	218	54,2%	21,0%	8,08
BP	81	20,1%	7,8%	8,05
Shell	61	15,2%	5,9%	8,07
Lotos	22	5,5%	2,1%	7,73
Statoil	20	5,0%	1,9%	8,45
RAZEM	402	100,0%	38,7%	8,07

Źródło: QUALIFACT, Moto Scan 2010.

Gdyby sieć stacji paliw nie miała programu lojalnościowego, to czy dalej tankował/a/by Pan/i na jej stacjach?



Powody braku uczestnictwa w programach lojalnościowych



Program Shell Smart



Znajdź stację Shell | Twój koszyk(0)

Polska

Strona główna

Zbieraj punkty

Wymieniaj na nagrody

Zaloguj się



Dowiedz się, jak zdobywać punkty

Proste sposoby zbierania punktów



Paliwa



Zakupy na stacji



Myjnie samochodowe



Partnerzy Shell ClubSmart



Zbieraj punkty za tankowanie










Shell nagradza Cię za każdy litr zatankowanego paliwa, więc możesz szybko zbierać punkty Shell ClubSmart.

PUNKTY ZA TANKOWANIE

PODWÓJNE PUNKTY ZA TANKOWANIE V-POWER Nitro +

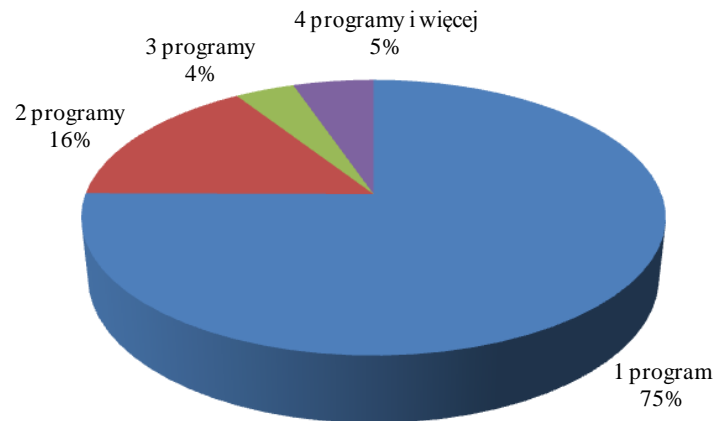
1 l = 1 pkt.; Shell FuelSave 95 4,79 zł / 1 l; 1 pkt. = 0,21 zł

Nagrody w programie Shell Smart

 Fotelik Scuderia Ferrari Ferrari Ocena: ★★☆☆☆ (15) 26100 PKT. + 1 zł	 Hamak Miss Brasil Dla domu, dla Ciebie Ocena: ★★☆☆☆ (17) 23600 PKT. + 1 zł	 Zewnętrzny dysk twardy 1 TB Rozrywkowo Ocena: ★★★★★ (7) 21350 PKT. + 1 zł
 Grill Plancha des Saveurs Dla domu, dla Ciebie Ocena: ★★★★★ (43) 19900 PKT. + 1 zł	 Mata z piankiem Baw ... Dla najmłodszych Ocena: ★★☆☆☆ (6) 19490 PKT. + 1 zł	 Telefon bezprzewodowy ... Rozrywkowo Ocena: ★★☆☆☆ (15) 18700 PKT. + 1 zł
 Ekspres do kawy Nescafé ... Dla domu, dla Ciebie Ocena: ★★☆☆☆ (10) 16400 PKT. + 1 zł	 Fotelik samochodowy ... Ferrari Ocena: ★★★★★ (105) 16200 PKT. + 1 zł	 Nescafé Dolce Gusto MiniMe Dla domu, dla Ciebie Ocena: ★★★★★ (54) 15900 PKT. + 1 zł

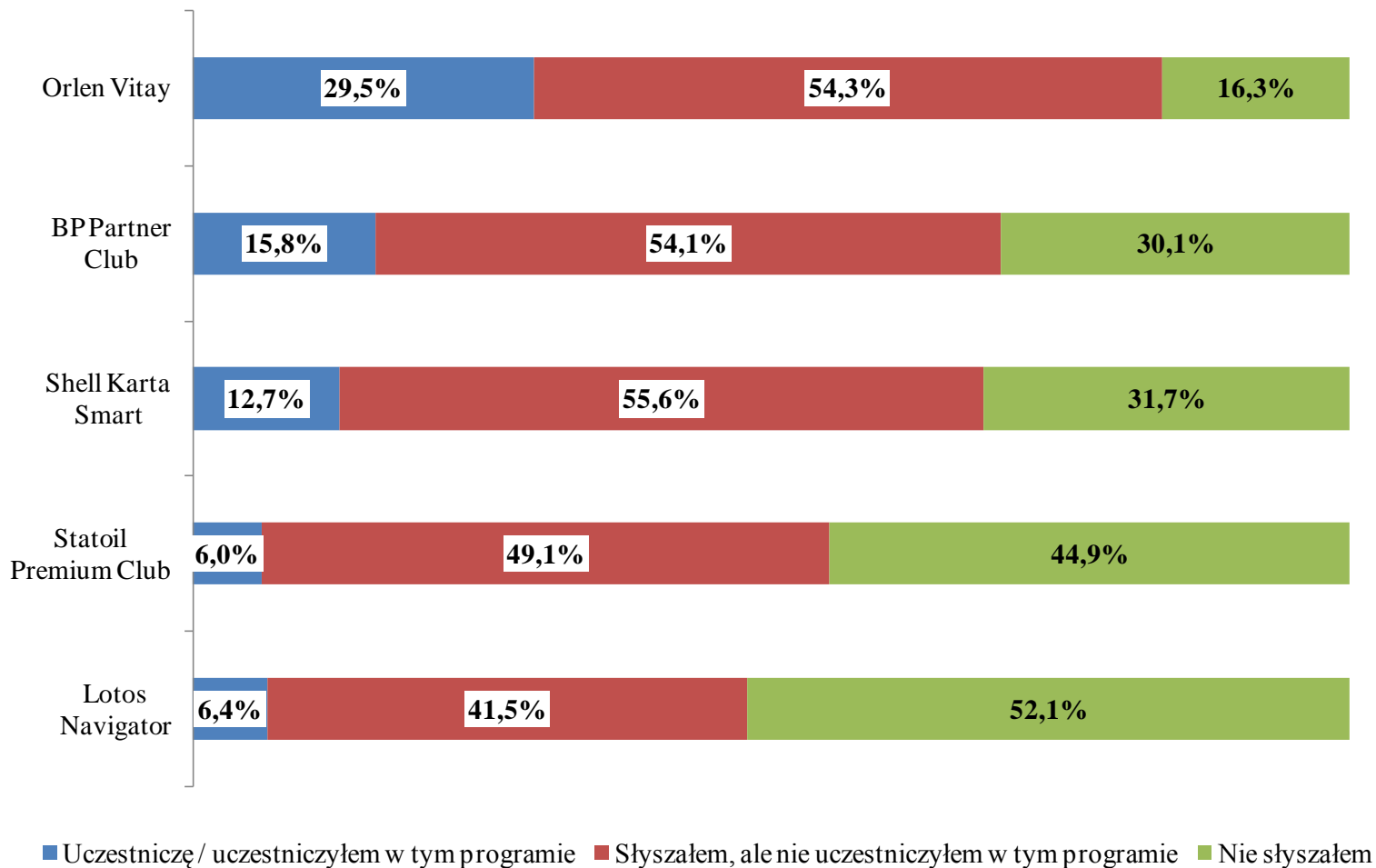
Hamak Miss Brasil 23600 pkt. = 23600 | Shell FuelSave 95 = 113 044 zł

Liczba programów lojalnościowych, z których korzystają kierowcy (n=514)

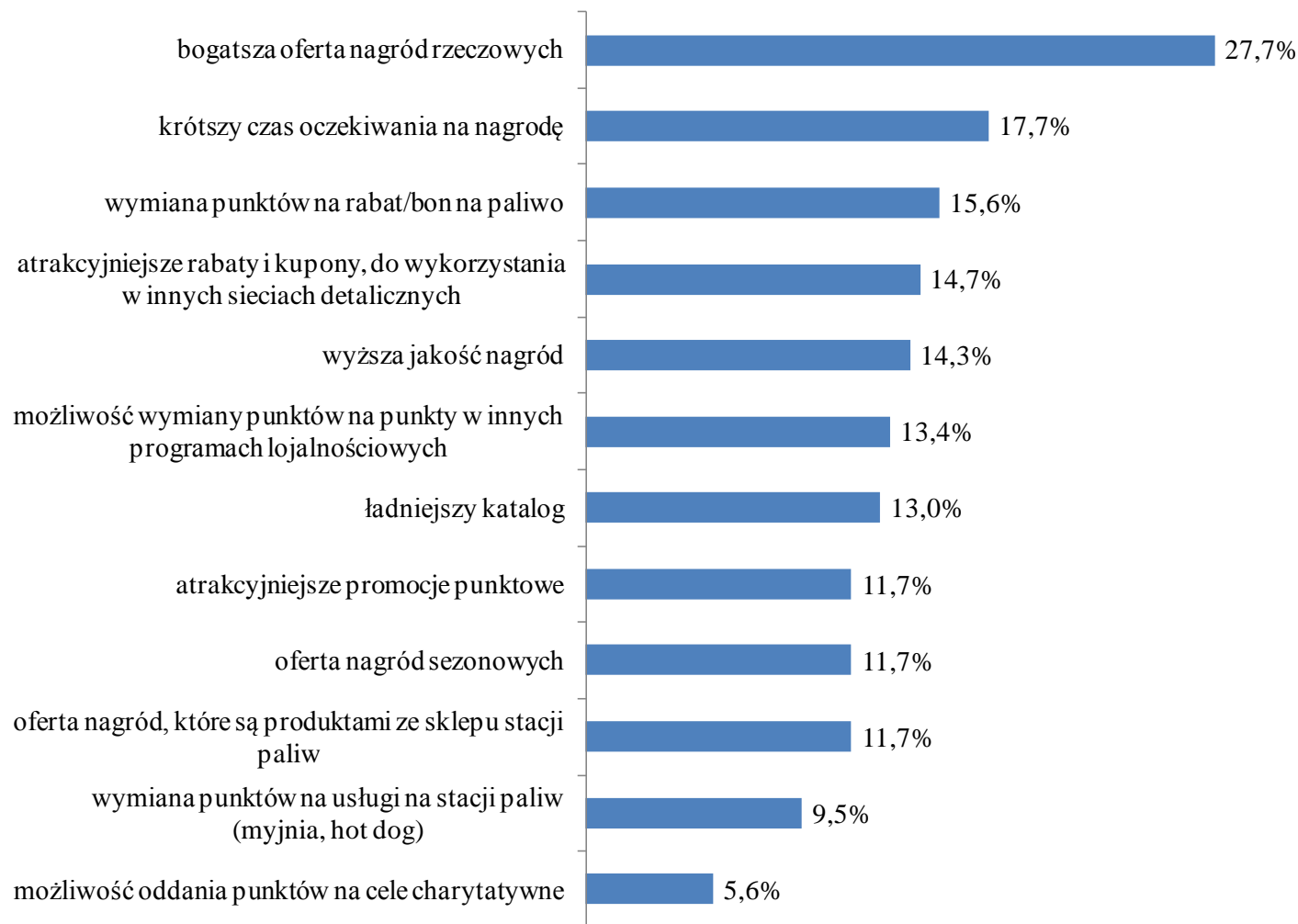


W różnych programach lojalnościowych stacji paliw uczestniczy 49,5% kierowców.

Popularność różnych programów lojalnościowych stacji paliw (n=1039)



Gdyby miała Pan/Pani porównać programy lojalnościowe innych sieci stacji benzynowych i program VITAY sieci ORLEN, w czym program VITAY jest lepszy od innych programów? (n=231), 2008



Źródło: QUALIFACT, Moto Scan 2008.