

Wykład:

**Polityka produktowa
w marketingu relacyjnym**

Polityka produktowa

Polityka produktowa – wszelkie działania związane z kształtowaniem oferty
- jej szerokości, głębokości oraz stopnia zindywidualizowania.

W praktyce polityka ta obejmuje:

- wprowadzanie nowych produktów;
- dokonywanie modyfikacji i zmian w dotychczasowej ofercie;
- budowę pakietów / wiązek produktowych;
- usuwanie pewnych produktów z oferty;
- nadawanie marek produktom i precyzyjne plasowanie ich w wybranych segmentach klientów;
- wprowadzanie atrybutów materialnych;
- dbanie o utrzymanie wysokiej jakości obsługi.

Jeżeli polityka produktowa ma być skuteczna, to musi być zintegrowana z innymi elementami kompozycji marketingowej – z polityką cenową, polityką dystrybucji oraz polityką promocyjną.

Cross-selling i up-selling

Cross-selling, tzw. sprzedaż krzyżowa, jest to strategia polegająca na oferowaniu produktów (usług) dodatkowych do zakupionego przez klienta produktu lub nabytej usługi podstawowej.

Cross-selling (sprzedaż krzyżowa) to marketingowa technika sprzedaży produktów (lub usług) komplementarnych (uzupełniających).

Up-selling jest strategią polegającą na podwyższeniu wartości sprzedawanego klientowi produktu lub usługi.

Up-selling to oferowanie klientowi produktów lub usług o wyższej cenie, wyższym standardzie, większej ilości funkcji.

Produkt relacyjny

Z produktem relacyjnym mamy do czynienia wtedy, gdy produkt spełnia (w całości lub przynajmniej w dużej części) następujące warunki: **stanowi platformę do sprzedaży innych produktów** (tworzy podstawę do rozwoju wielowymiarowych relacji), jest **konstruowany** w dużym stopniu „**na miarę**” (klient ma możliwość jego kształtowania oraz wyboru ostatecznej wersji), oferuje **rzeczywistą a nie iluzoryczną wartość** oraz **spełnia wymogi jakościowe** (określone w dużej mierze przez klienta).

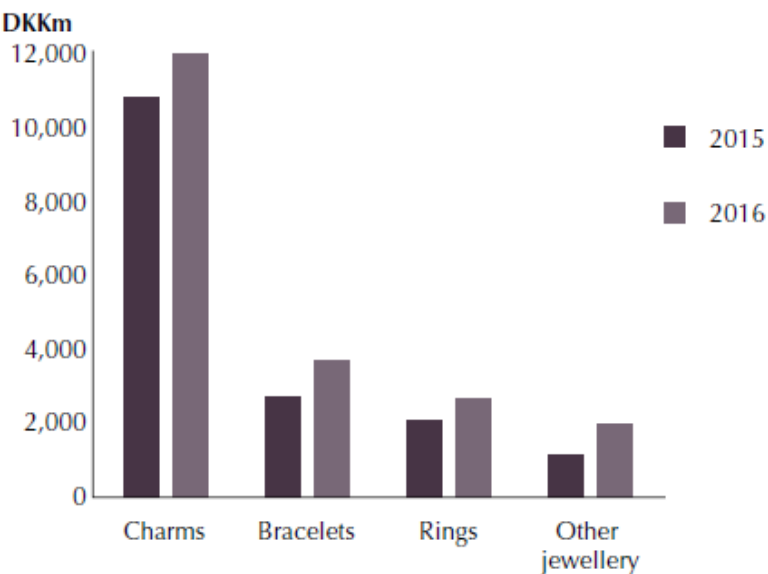
Szczepaniec, 2004

Produkt relacyjny - **produkt, który może być kształtowany przez klienta** (nabywca sam wybiera najkorzystniejszy dla niego wariant), został **oznaczony marką** oraz jest **obudowany pakietem usług dodatkowych** (np. gwarancjami).

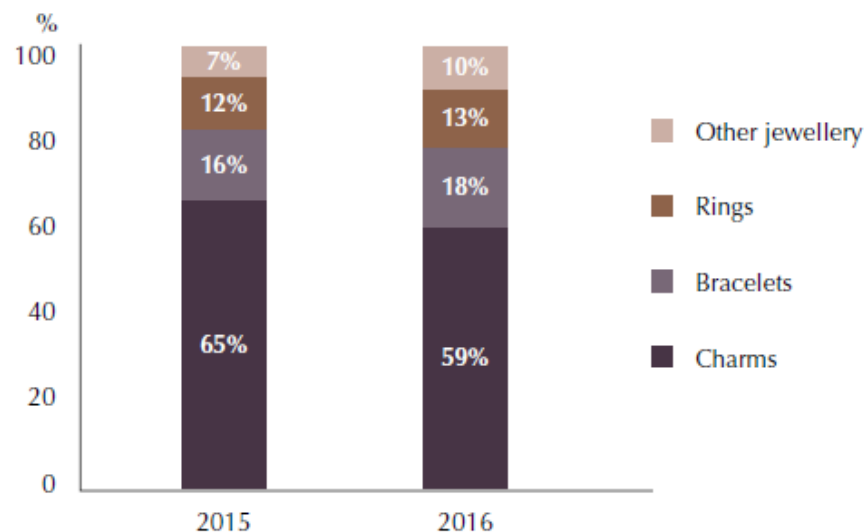
Otto (2001)

Wpływy ze sprzedaży różnych kategorii produktów

PRODUCT CATEGORY REVENUE



PRODUCT CATEGORY SHARE



USD/DKK = 6,32



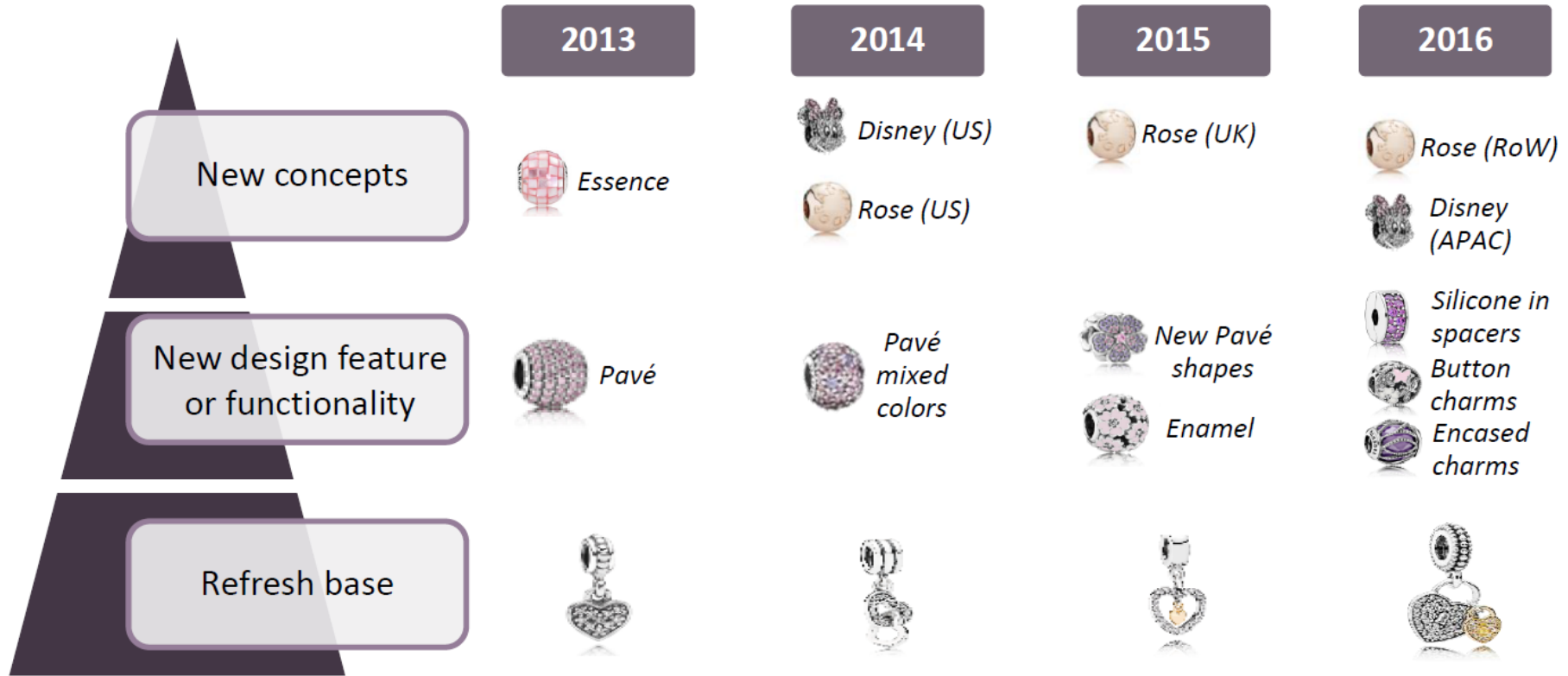
~200,000
CHARMS SOLD PER DAY IN 2017

~40,000

BRACELETS SOLD PER DAY
IN 2017



Rozwój produktów w firmie Pandora



Źródło: investor.pandoragroup.com.



2018

Rozwój produktów w firmie Pandora

2016

2017

2018

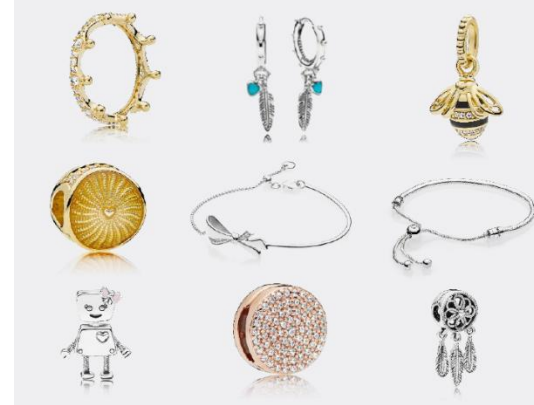
VALENTINE'S
DROP
PRODUCT
EXAMPLES



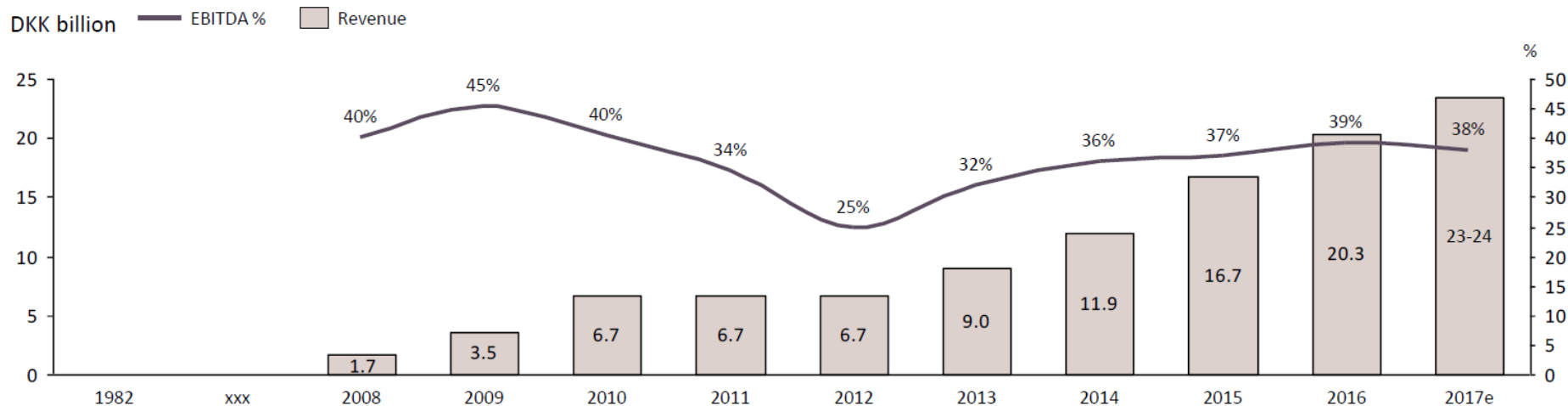
SPRING
PRODUCT
EXAMPLES



Sample of best selling new products launched in H1



Wyniki finansowe firmy Pandora



USD/DKK = 6,32

EBITDA – zysk przed odliczeniem podatków, odsetek, deprecjacji i amortyzacji

DKK million	2016	2015	2014	2013	2012
Consolidated income statement					
Revenue	20,281	16,737	11,942	9,010	6,652
Gross profit	15,223	12,193	8,423	5,999	4,429
Earnings before interest, tax, depreciation and amortisation (EBITDA)	7,922	6,214	4,294	2,881	1,658
Operating profit (EBIT)	7,404	5,814	4,072	2,681	1,475
Net financials	246	-469	-200	61	4
Net profit for the year	6,025	3,674	3,098	2,220	1,202

Źródło: investor.pandoragroup.com.

Rynek produktów do mycia naczyń

Wartość rynku produktów do mycia naczyń w 2015 r. **686 mln zł.**

Wartość rynku produktów do ręcznego mycia naczyń w 2015 r.: **415 mln zł.**

Liderem w branży jest w Polsce koncern Henkel, posiadający 23,3% udziału w rynku, kolejne miejsca zajmują: Grupa INCO (17,9%), Reckitt Benckiser (13,4%) i Procter & Gamble (13,1%). Najpopularniejsze marki: Pur (Henkel) z udziałem 16,6%, Ludwik (Grupa INCO, 16,5%), Finish (Reckitt Benckiser, 13,4%), Fairy (Procter & Gamble, 13,1%), Somat (Henkel, 6,7%).

Wartość rynku produktów do zmywarek w 2015 r.: **271 mln zł.**

Źródło: Euromonitor.



Płyn do mycia naczyń Ludwik (1)



PIERWSZY
PŁYN DO
NACZYŃ
W POLSCE

Ludwik pojawił się na polskim rynku w połowie lat 60-tych XX wieku, a dokładnie w 1964 roku – kilka lat po premierze płynu do mycia naczyń na amerykańskim rynku. Współtwórcami wynalazku byli inż. Hanna Majchert oraz inż. Zbigniew Korda. Właścicielem Patentu zostały Zjednoczone Zespoły Gospodarcze INCO w Warszawie. Pierwszy płyn Ludwik dostępny był oczywiście wariantie miętowym, w szklanej butelce o pojemności 250 ml, z ozdobną kratką.

*Ludwik pojawił się na rynku w 1964 roku i był pierwszym w Polsce płynem do mycia naczyń.



Produkty do zmywarek - Ludwik



Tabletki do zmywarek All in one



Tabletki do zmywarek Classic



Kapsułki do zmywarek All in one



Żel do zmywarek All in one



Proszek do zmywarek 5-funkcyjny



Sól ochronna do zmywarek



Płyn nabłyszczający do zmywarek



Płyn do czyszczenia zmywarki

Oferta INCO SA pod marką Ludwik

[PRODUKTY](#)[PORADY](#)[O LUDWIKU](#)[DO POBRANIA](#)[GDZIE KUPIĆ](#)[KONTAKT](#)[SZUKAJ](#)

TAKI SKUTECZNY
TAKI PACHNĄCY

PIERWSZY*
PŁYN DO
NACZYŃ
W POLSCE

* Ludwik pojawił się na rynku w 1964 roku

[Strona główna](#) / [Tabletki do zmywarek All in one](#) /

ZNAJDŹ NAJLEPSZE ROZWIĄZANIE

- | | | |
|---|--|---|
| ☐ RĘCZNE MYCIE NACZYŃ | ☒ MYCIE NACZYŃ W ZMYWARKACH | ☐ MYCIE SZYB/LUSTER |
| ☐ KUCHNIA | ☐ ŁAZIENKA | ☐ PRANIE |
| ☐ UNIWERSALNE ŚRODKI CZYSZCZĄCE | ☐ PIELĘGNACJA PODŁÓG | ☐ PREPARATY SPECJALISTYCZNE |



Źródło: ludwik.pl

Kara 3 mld USD dla firmy farmaceutycznej GlaxoSmithKline

2 lipca 2012 roku GlaxoSmithKline przyznało się do oszustw przy promocji leków recepturowych na rynku amerykańskim, **przepisywania leków na schorzenia niezwiązane z ich oryginalnym przeznaczeniem oraz korupcji w środowisku lekarskim**. Sprawa dotyczyła m.in. leków Avandia, Paxil i Wellbutrin. Jednocześnie firma zgodziła się zapłacić karę finansową w wysokości **3 mld dolarów** (będącą najwyższą do tej pory karą w przemyśle farmaceutycznym).



Glaxo promowało lekarstwa do stosowania w przypadkach, w których nie zostały zaaprobowane w USA, i **ukrywało możliwe skutki uboczne**. Od 2001 do 2007 r. nie informowało, że Avandia, najpopularniejszy w Ameryce lek na cukrzycę, zwiększa ryzyko zawału serca. W Europie w 2010 r. Avandia została z tego powodu wycofana ze sprzedaży.

Wpływy ze sprzedaży nowych leków

Top companies based on 2015 WW sales from recently launched products (Dec 2012+)

Rank	Company	2015 WW Sales, \$bn	Primary Value Drivers
1.	Gilead Sciences	21,142	Harvoni, Sovaldi, Stribild
2.	Biogen	4,532	Tecfidera
3.	GlaxoSmithKline	3,853	Triumeq, Tivicay, Otrivin
4.	Roche	2,611	Perjeta, Kadcyla
5.	Bristol-Myers Squibb	2,548	Daklinza, Opdivo
6.	AbbVie	2,298	Viekira Pak, Imbruvica
7.	Johnson & Johnson	2,252	Invokana, Olysio, Imbruvica
8.	Astellas Pharma	2,240	Xtandi
9.	Sanofi	1,985	Aubagio, Lemtrada, Toujeo
10.	Pfizer	1,959	Ibrance, Xeljanz, Inlyta

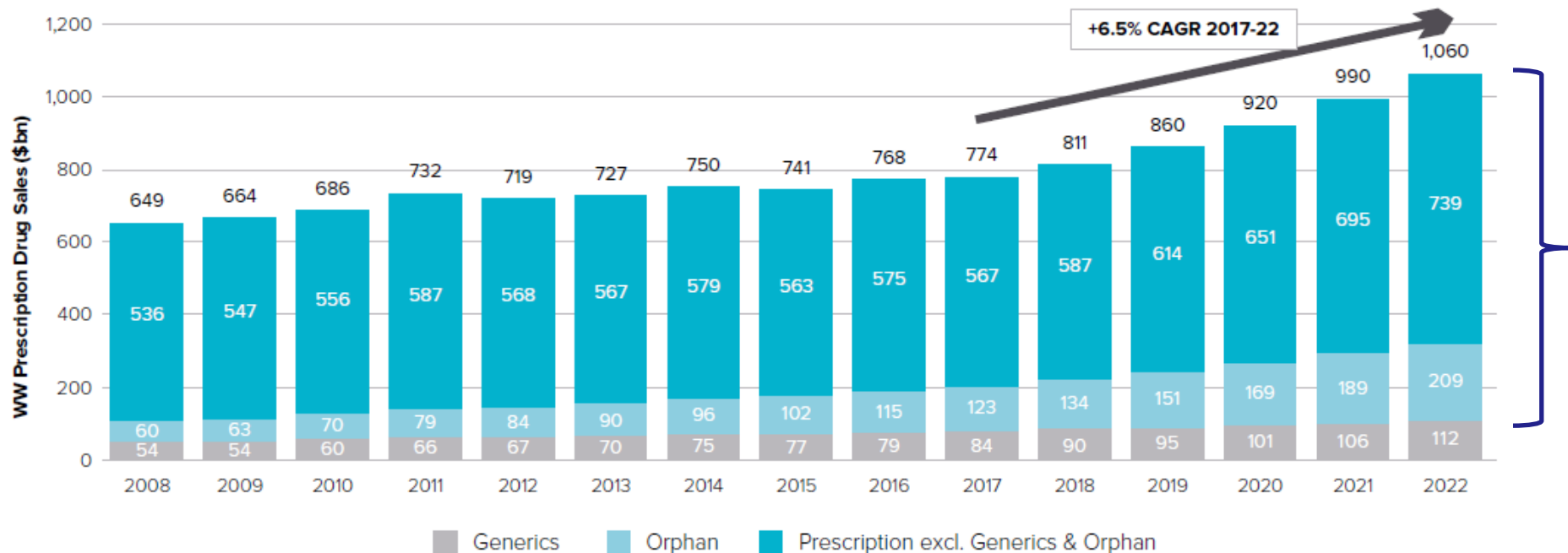


Sprzedaż 12,6 mld USD
w pierwszym roku na rynku

Źródło: Evaluate, 2016.

Sprzedaż leków na receptę na świecie, 2008-2022

(w mld USD)



Źródło: Evaluate, 2017.

Cukrzyca

Cukrzyca – grupa chorób metabolicznych charakteryzująca się hiperglikemią (podwyższonym poziomem glukozy we krwi) wynikającą z defektu produkcji lub działania insuliny wydzielanej przez komórki beta trzustki.

Przewlekła hiperglikemia wiąże się z uszkodzeniem, zaburzeniem czynności i niewydolnością różnych narządów, szczególnie oczu, nerek, nerwów, serca i naczyń krwionośnych.



Zapotrzebowanie na terapię leczenia cukrzycy

Wg Światowej Organizacji Zdrowia (WHO) w 2014 r. na świecie żyło **422 mln** dorosłych z cukrzycą (dla porównania – w 1980 r. było ich 108 mln).

W Europie żyje ok. **60 mln** ludzi z cukrzycą (10.3% mężczyzn i 9.6% kobiet w wieku 25 lat i więcej).

Rozpowszechnienie cukrzycy sięga w Polsce 9,5%, natomiast nadwagi (która jest czynnikiem ryzyka choroby) – 64%.

Źródło: WHO.



Sprzedaż leków Rx na cukrzycę na świecie wg firm 2016 i 2022 (w mln USD)

Rank	Company	WW Sales (\$m)	
		2016	2022
1.	Novo Nordisk	12,938	17,786
2.	Eli Lilly	5,146	7,963
3.	Sanofi	8,025	7,753
4.	Merck & Co	6,139	6,446
5.	Boehringer Ingelheim	1,695	5,516
6.	AstraZeneca	2,502	3,687
7.	Johnson & Johnson	1,407	2,073
8.	Novartis	1,273	1,207
9.	Takeda	940	995
10.	Bayer	586	635
	Top 10	40,651	54,060
	Other	2,972	3,839
	Total Industry	43,623	57,899

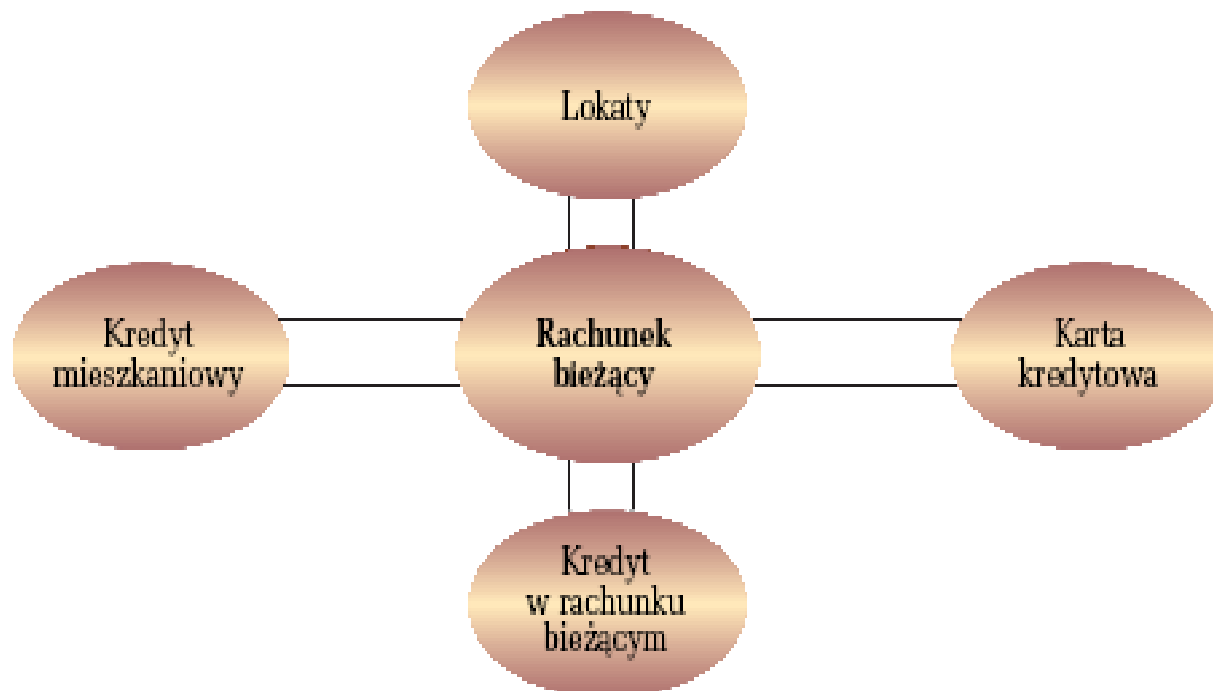
Sprzedaż leków Rx na cukrzycę na świecie wg produktów 2016 i 2022 (w mln USD)

Rank	Product	Generic Name	Company	Pharma Class	WW Sales (\$m)	
					2016	2022
1.	Januvia/ Janumet	sitagliptin phosphate	Merck & Co, Ono, Almirall, Daewoong	Dipeptidyl peptidase IV inhibitor	6,440	5,989
2.	Trulicity	dulaglutide	Eli Lilly	Glucagon-like peptide (GLP) 1 agonist	926	3,568
3.	Victoza	liraglutide [rDNA origin]	Novo Nordisk	Glucagon-like peptide (GLP) 1 agonist	2,979	3,485
4.	NovoRapid	insulin aspart	Novo Nordisk	Insulin analogue	2,964	2,553
5.	Tresiba	insulin degludec	Novo Nordisk	Insulin analogue	603	2,502

Źródło: Evaluate, 2016.



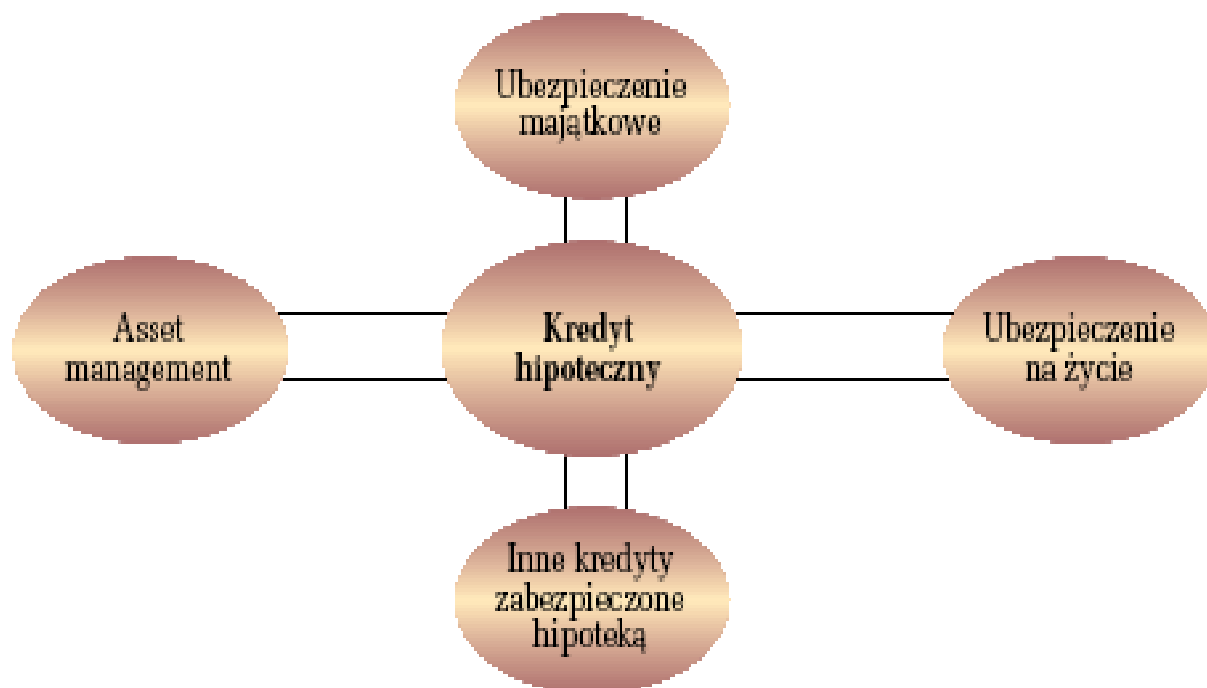
Wykorzystanie rachunku bieżącego do sprzedaży innych produktów bankowych



Korzyści płynące ze sprzedaż krzyżowej

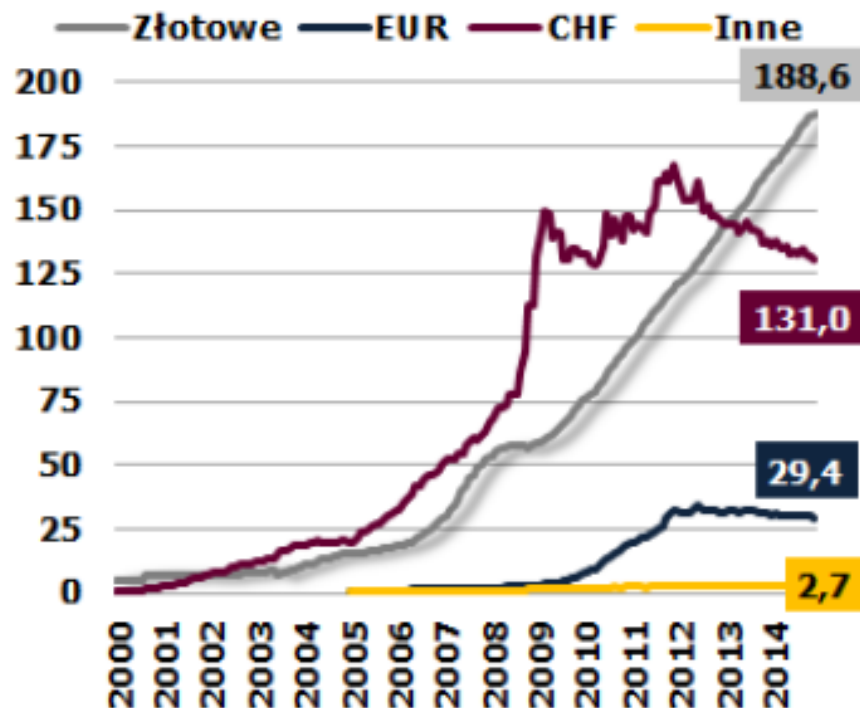
Korzyści dla banków	Korzyści dla klientów
Większe przychody i zyski	Oszczędność czasu
Niższe koszty promocji	Oszczędność pieniędzy
Niższe koszty pozyskiwania i przetwarzania informacji	Poufność (udostępnianie informacji tylko jednej instytucji)
Większa lojalność klientów	Kompleksowość obsługi
Ograniczenie niepewności i ryzyka	Zdobywanie historii kredytowej
Ograniczenie pracochłonności obsługi	Szybszy i łatwiejszy dostęp do kredytów
Skrócenie procedur kredytowych	Lepsze relacje z pracownikami banku
Optymalne wykorzystanie sieci dystrybucji	Korzystanie z doradztwa
Sprzedaż międzysegmentowa	Większa wiedza o ofercie banku

Wykorzystanie kredytu hipotecznego do sprzedaży innych produktów bankowych

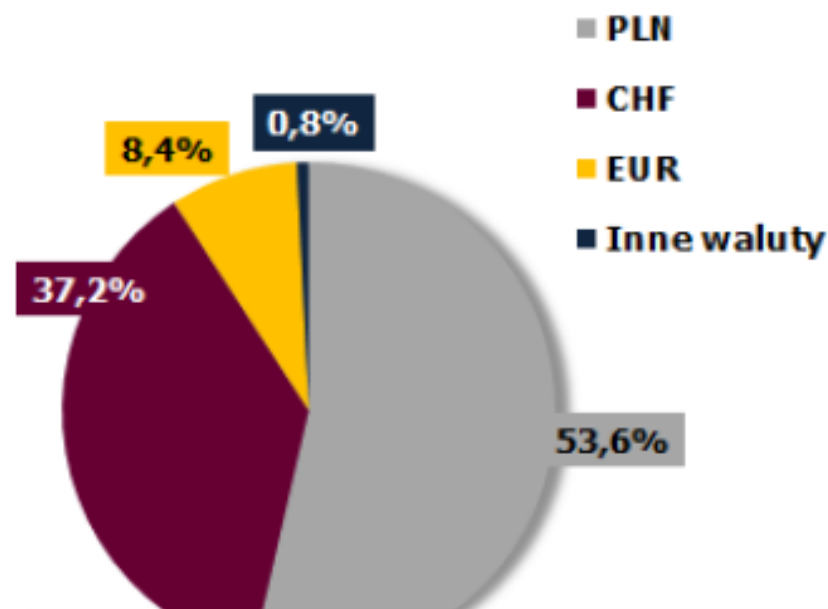


Kredyty mieszkaniowe

Struktura kredytów mieszkaniowych
(mld zł)



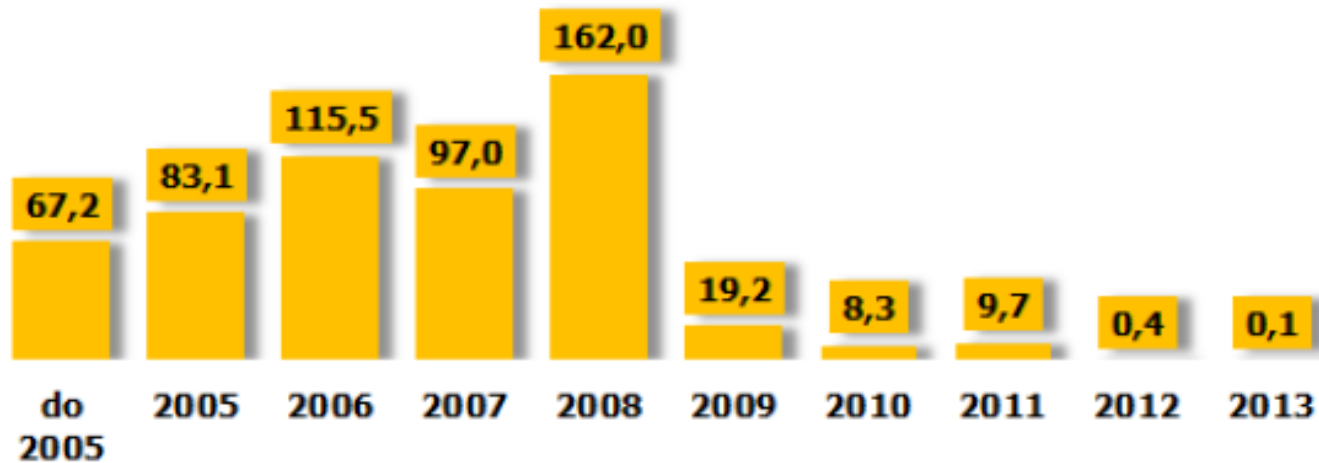
Struktura kredytów mieszkaniowych
(mld zł; 11/2014)



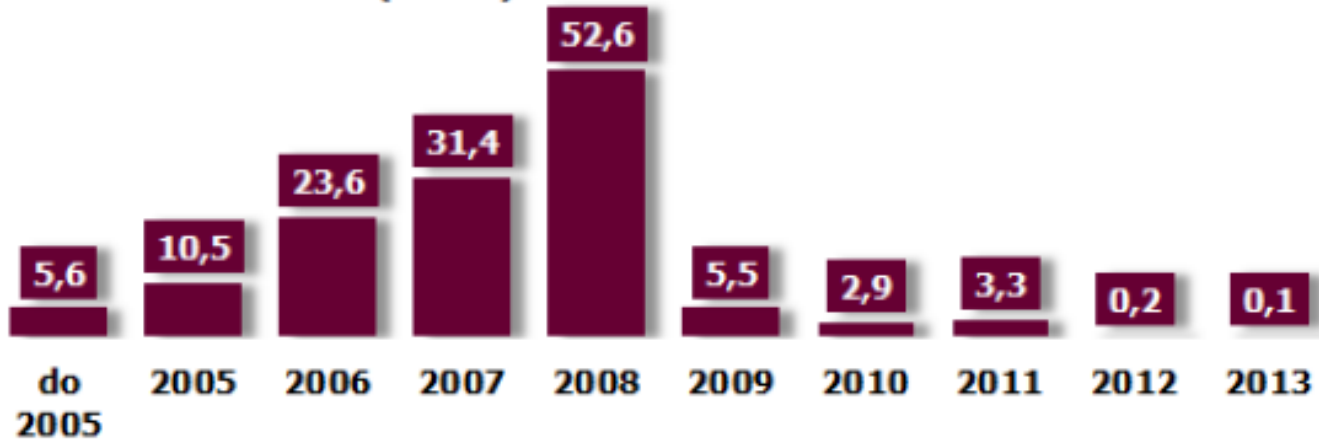
W szczytowym punkcie CHF stanowiły 70% obecnie ich udział wzrósł do ok. 40-42%

Kredyty we frankach szwajcarskich (CHF)

Struktura kredytów CHF ze względu na rok udzielenia
LICZBA KREDYTÓW (tys. sztuk)



WARTOŚĆ KREDYTÓW (mld zł)



Kredyty we frankach szwajcarskich (CHF)

Okres	Kredyty mieszkaniowe złotowe	Kredyty mieszkaniowe walutowe	Kredyty mieszkaniowe ogółem
gru 01	7 117	6 998	14 115
gru 02	8 304	11 726	20 030
gru 03	10 928	18 648	29 576
gru 04	15 570	20 237	35 807
gru 05	18 409	32 016	50 425
gru 06	28 123	49 582	77 706
gru 07	52 392	64 449	116 841
gru 08	58 823	133 708	192 530
gru 09	75 327	139 566	214 893
gru 10	97 561	166 124	263 685
gru 11	119 773	194 198	313 970
gru 12	141 522	174 847	316 369
gru 13	165 411	165 392	330 803
gru 14	188 473	162 221	350 694
lut 15	191 080	172 705	363 786

Kurs franka szwajcarskiego (CHF)

1 CHF - Szwajcaria (frank)

3,7741 zł -0,20% -0,0075 zł

Kwota

PLN

na

CHF

[SPRAWDŹ NAJLEPSZY KURS](#)

2018-10-05

Kursy NBP USD GBP CHF EUR



1 CHF

Średni: **3,7741 zł**

Data początkowa: **1999-12-30**

Data końcowa: **2018-10-04**

Zmiana: **45,50%**

Zmiana: **1,18 zł**

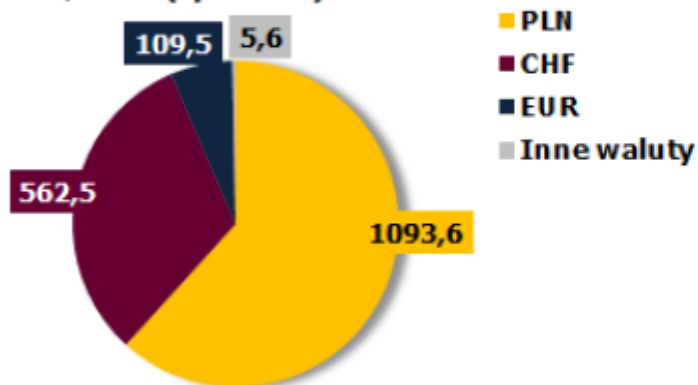
Minimum: **1,96 zł** (08-07-31)

Maksimum: **4,32 zł** (15-01-23)

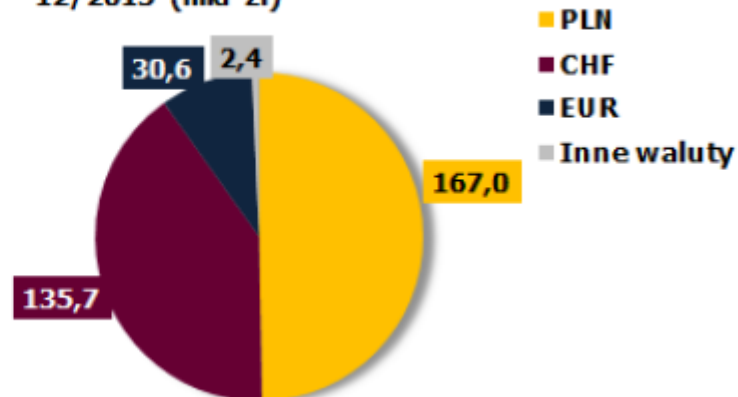
Średni w okresie: **3,04 zł**

Kredyty we frankach szwajcarskich (CHF)

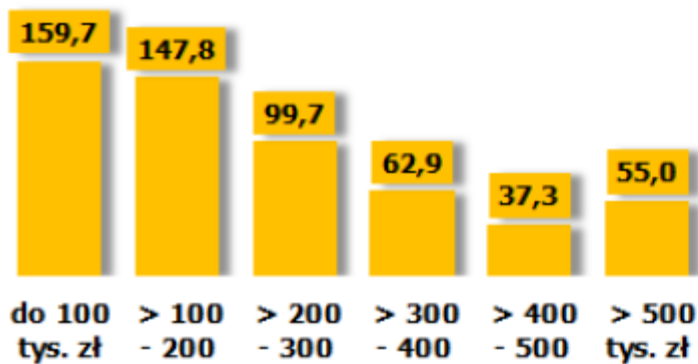
Liczba kredytów mieszkaniowych
12/2013 (tys. sztuk)



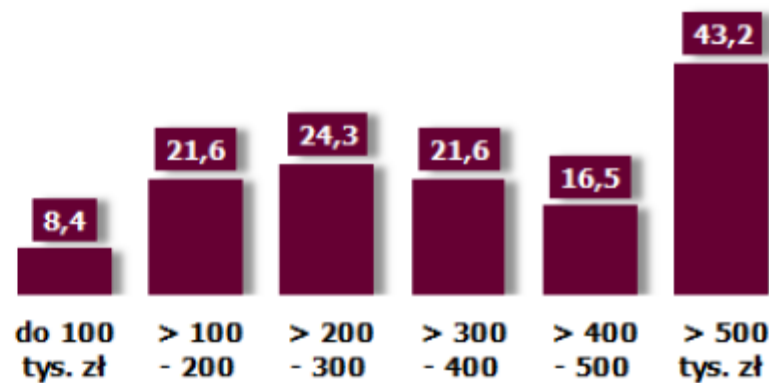
Wartość kredytów mieszkaniowych
12/2013 (mld zł)



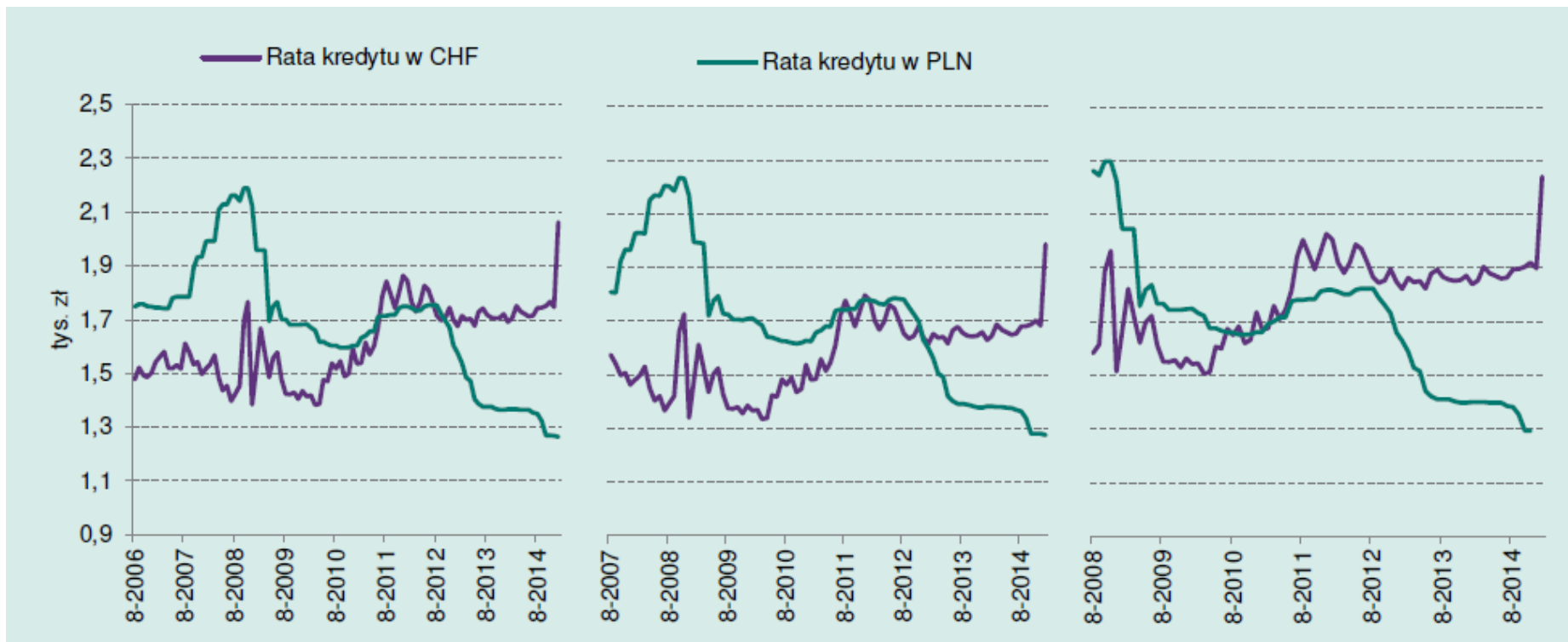
LICZBA kredytów CHF (tys. sztuk)



WARTOŚĆ kredytów CHF (mld zł)



Wartość złotowa raty kredytów mieszkaniowych w CHF udzielonych: (1) w lipcu 2006, (2) w lipcu 2007, (3) w lipcu 2008



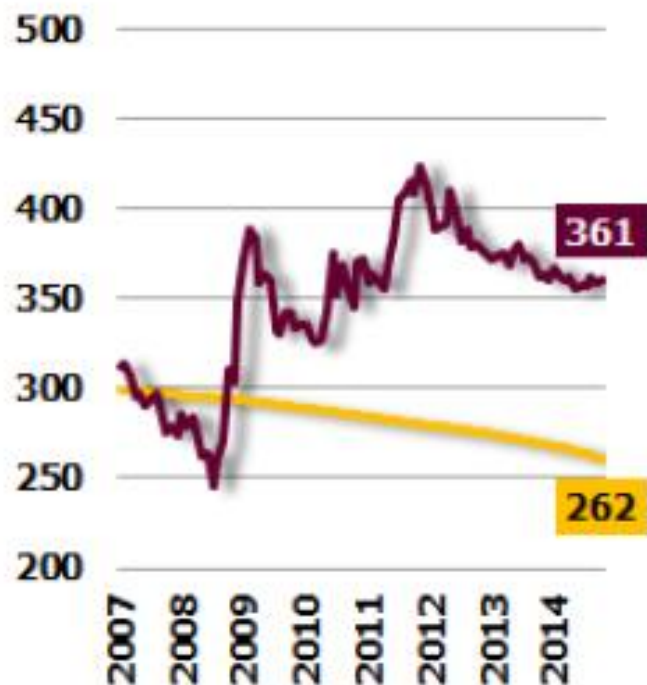
Uwaga: kredyt udzielony na okres 30 lat na kwotę 300 tys. zł, wypłacony w jednej transzy, początek spłaty – 15 sierpnia, oprocentowanie kredytu walutowego (złotowego): LIBOR CHF 3M (WIBOR 3M) + średnia marża dla kredytu walutowego (złotowego) w sektorze w momencie udzielenia; nie uwzględniono spreadu walutowego, opłat i prowizji, kosztów ubezpieczeń. Dostosowanie zmian oprocentowania kredytu do stopy LIBOR (WIBOR) następuje w tym samym miesiącu.

Stan zadłużenia (kredyt o wartości 300 tys. PLN)

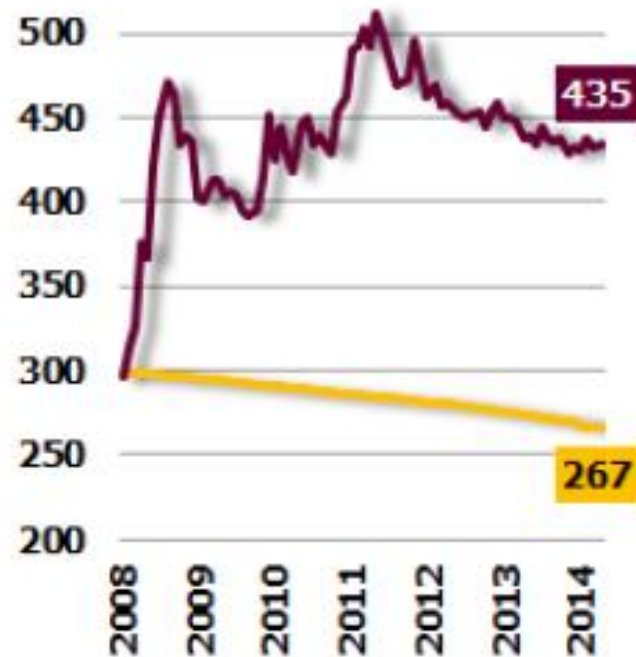
PLN

CHF

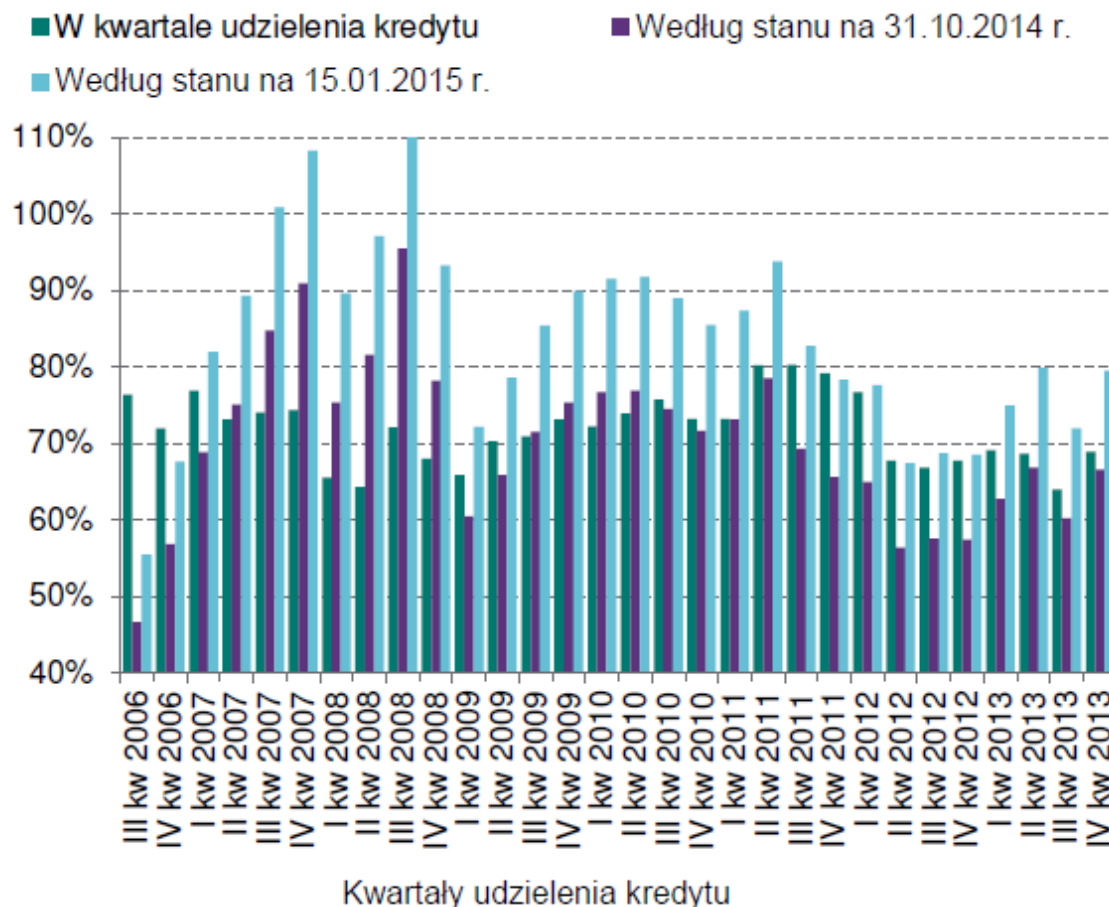
Kredyt z 12/2006



Kredyt z 06/2008



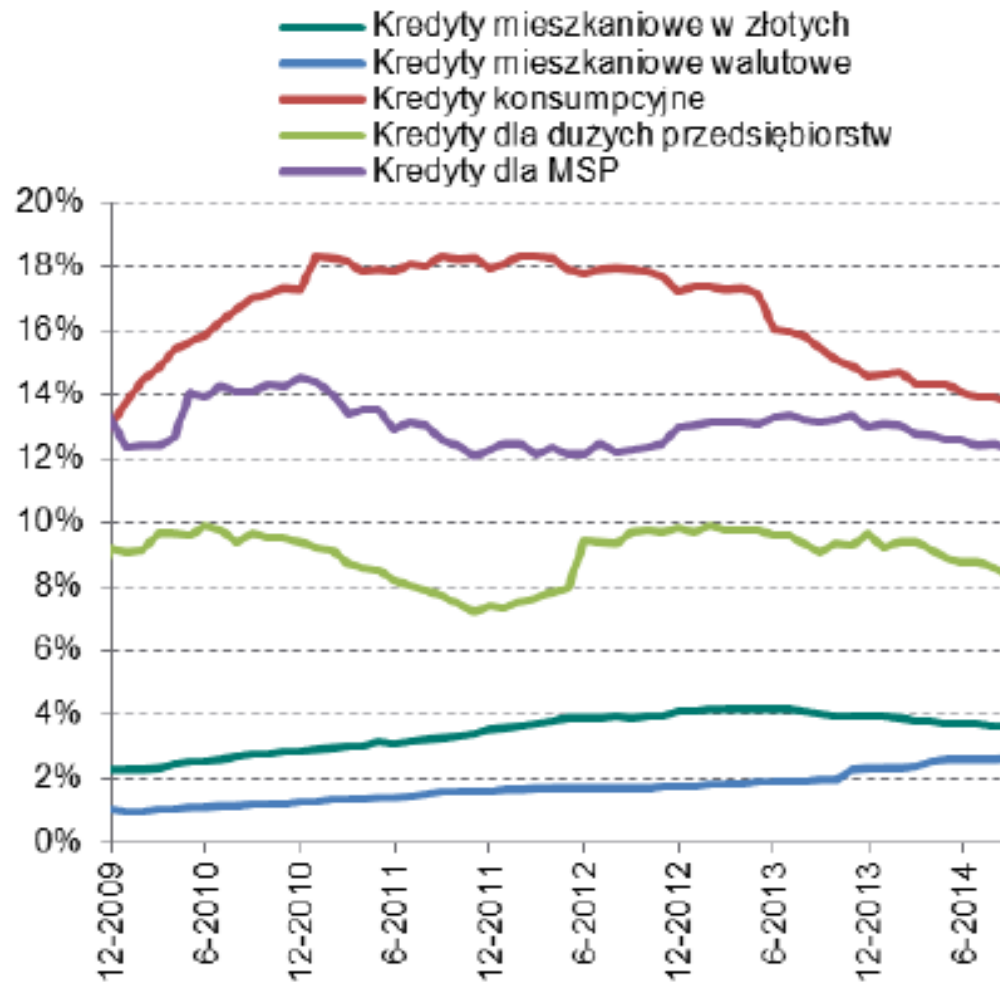
Średnie LtV kredytów mieszkaniowych w CHF udzielonych w danym kwartale



Założenia: szacunki średniej wartości wskaźnika LtV zostały wykonane na podstawie średnich kursów CHF, średniego LtV w momencie udzielenia kredytu, średniej zapadalności kredytów zaciągniętych w poszczególnych kwartałach badanego okresu oraz zmian średnich cen transakcyjnych mieszkań w badanym okresie. Wartość kredytu przeliczona na złote przy kursie CHF na dzień 31.10.2014 r. i 15.01.2015 r.

Źródło: NBP.

Udział kredytów zagrożonych



Kary dla banków za oszukiwanie klientów

Bank of America za oszukiwanie klientów w latach 2007-2009, polegające na sprzedaży obligacji opartych na kredytach hipotecznych (*mortgage-backed securities*), zapłaci rekordową karę **16,7 mld USD**.

JP Morgan zgodził się zapłacić karę **13 mld USD**, a Citigroup **7 mld USD**.

