

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 **WBK** | Bank Zachodni WBK  
[www.bzwbk.pl](http://www.bzwbk.pl)

Promocja 100 zł za konto\* oferowana jest do osób, które w terminie do 30.04.2010 r. zainicjują Pakiet z nowym Kontem Wydać i Zarabiać, nie posiadający w ciągu ostatnich 12 miesięcy konta oszczędnościowego w PKO w SE 1000, oraz w ciągu dwóch kolejnych miesięcy kalendarzowych doposażony wybrany na konto powalony 1000 zł. Zainteresowani 1% płatności kartą Wydać i Zarabiać, Darmem wypłaty ze wszystkich bankomatów w Polsce kartą Wydać i Zarabiać, Skrajnymi ofertami, informacjami o ofertach i prowadzących mogą rozpoznać promocję 100 zł za konto\* drogą elektroniczną w oddziałach SE 1000 lub placówkach SE 1000 Partner, 1 9999 – zgodnie z tarify swojego operatora. Stan na 1.03.2010 r.

# 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. 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. The left bottle is white with a yellow cap and labeled 'LUDWIK PŁYN DO NACZYŃ CYTRYNA 1000G'. The right bottle is white with a green cap and labeled 'LUDWIK PŁYN DO NACZYŃ MIĘTOWY 1000G'. Both bottles have a '24h' logo in the top right corner and a yellow '-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

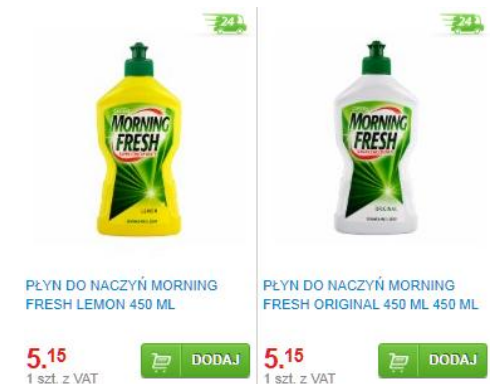
PROMOCJA

-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. 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

# Ceny płynów do mycia naczyń (1)



FROSCH - Płyn do mycia akcesoriów dziecięcych

0,5L  
21,98zł / l

10<sup>99</sup> zł



PODNIESIONY KCIUK - Płyn do naczyń miętowy

2,54zł / szt

1<sup>27</sup> zł



PODNIESIONY KCIUK - Płyn do mycia naczyń cytrynowy

1 L  
1,90zł / l

1<sup>90</sup> zł



K - Fresh Limonka płyn do mycia naczyń

750 ml  
4,97zł / l

3<sup>73</sup> zł



K - Fresh Mięta płyn do mycia naczyń

750 ml  
5,05zł / l

3<sup>79</sup> zł



LUDWIK - Płyn do mycia naczyń cytrynowy

1150ml  
3,73zł / l

4<sup>29</sup> zł



LUDWIK - Płyn do mycia naczyń miętowy

1150g  
3,73zł / kg

4<sup>29</sup> zł



GOLD DROP - Płyn do mycia naczyń Eco Line

500 ml  
9,54zł / l

4<sup>77</sup> zł



FROSCH - Płyn do mycia naczyń aloes

500ml  
9,98zł / l

4<sup>99</sup> zł



MORNING FRESH - Apple skoncentrowany płyn do myci...

450 ml  
11,76zł / l

5<sup>29</sup> zł



MORNING FRESH - Hydrate koncentrat płynu do zmywani...

400ml  
13,23zł / l

5<sup>29</sup> zł



MORNING FRESH - Morning Fresh Original płyn do naczyń

450ml  
11,76zł / l

5<sup>29</sup> zł

# Ceny płynów do mycia naczyń (2)



**FAIRY** - Platinum Lemon & Lime  
płyn do zmywania naczyń

650ml  
10,74zł / l

**6<sup>98</sup>**  
zł



**LUDWIK** - Premium płyn do  
mycia naczyń granat z werbeną

750 g  
9,32zł / l

**6<sup>99</sup>**  
zł



**FAIRY** - Lemon płyn do  
zmywania naczyń

900ml  
8,20zł / l

**7<sup>38</sup>**  
zł



**FAIRY** - Sensitive płyn do mycia  
naczyń

900 ml  
8,20zł / l

**7<sup>38</sup>**  
zł



**L'ARBRE VERT** - Płyn do naczyń  
citron

500ml  
21,38zł / l

**10<sup>69</sup>**  
zł



**SODASAN** - Sensitive płyn do  
mycia naczyń

500 ml  
23,76zł / l

**11<sup>88</sup>**  
zł



**SODASAN** - Cytrynowy płyn do  
mycia naczyń

500 ml  
25,36zł / l

**12<sup>68</sup>**  
zł



**GOLDDROP** - Gold Cytrus żel do  
mycia naczyń 5 L mięta/ jabłko

5 L  
3,28zł / l

**16<sup>39</sup>**  
zł



# 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
<b>CENA SPRZEDAŻY</b>	<b>3,00</b>





# 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

# Polityka cenowa Pandory – kolekcja rose

 <p><i>Charms Różowe romantyczne momenty</i></p> <p>159,00 PLN</p> <p>★★★★★ 19 recenzji</p>	 <p><i>Charms Różowe złączone serca</i></p> <p>249,00 PLN</p> <p>★★★★★ 6 recenzji</p>	 <p><i>Charms Różowy splot miłości</i></p> <p>319,00 PLN</p> <p>★★★★★ 4 recenzji</p>	 <p><i>Charms Różowa olśniewająca stokrotka</i></p> <p>359,00 PLN</p> <p>★★★★★ 1 recenzja</p>
 <p><i>Charms Różowa Nieskończoność</i></p> <p>149,00 PLN</p> <p>★★★★★ 9 recenzji</p>	 <p><i>Charms Różowe Ażurowe Promienie</i></p> <p>279,00 PLN</p> <p>★★★★★ 5 recenzji</p>	 <p><i>Charms Odległa Galaktyka</i></p> <p>279,00 PLN</p> <p>★★★★★ 4 recenzji</p>	 <p><i>Charms Różowe Iskrzące Się Serce</i></p> <p><del>249,00 PLN</del> 135,00 PLN</p> <p>★★★★★ 5 recenzji</p>

# ***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.

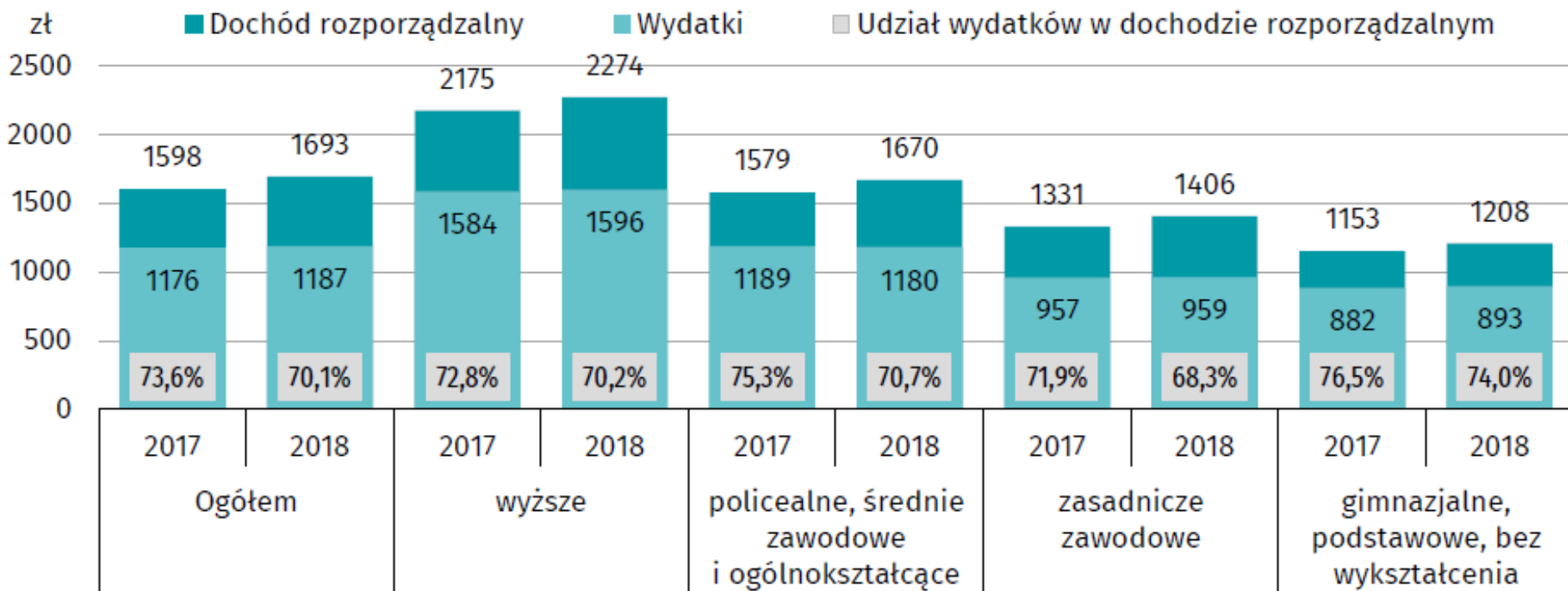


# Konto PKO BP dla młodych – warunki cenowe



0 zł za prowadzenie konta i przelewy internetowe, bezpłatne wypłaty ze wszystkich bankomatów w Polsce i na świecie, 10 proc. premii za płatności kartą w sieci oraz kredyt studencki.

# Miesięczny dochód rozporządzalny oraz wydatki przypadające na 1 osobę, 2018



Źródło: GUS, 2019.

# 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](http://morapandorablog.com)

\*Save More Event is only valid at participating retailers from September 12-17, 2017, while while purchased. In store only. Free valid with price purchase. 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®**

# 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 <sup>11</sup> / eKonto mobilne <sup>12,16</sup> / eKonto mobilne plus <sup>16</sup>			mKonto Multi			mKonto Aquarius		
	Internet, AST <sup>1</sup>	Konsultant mLinii/ Ekspert online	Placówka mBanku	Internet, AST <sup>1</sup>	Konsultant mLinii/ Ekspert online	Placówka mBanku	Internet, AST <sup>1</sup>	Konsultant mLinii/ Ekspert online	Placówka mBanku
1. Otwarcie	0,00 zł			0,00 zł			0,00 zł		
2. Prowadzenie (opłata miesięczna) <sup>2</sup>	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 <sup>3</sup>	0,00 zł	2,00 zł	5,00 zł/ 0,00 zł <sup>5</sup>	0,00 zł	1,00 zł	2,00 zł	0,00 zł		
b) dokonanie przelewu zewnętrznego <sup>4</sup>	0,00 zł	4,00 zł	8,00 zł/ 0,00 zł <sup>5</sup>	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

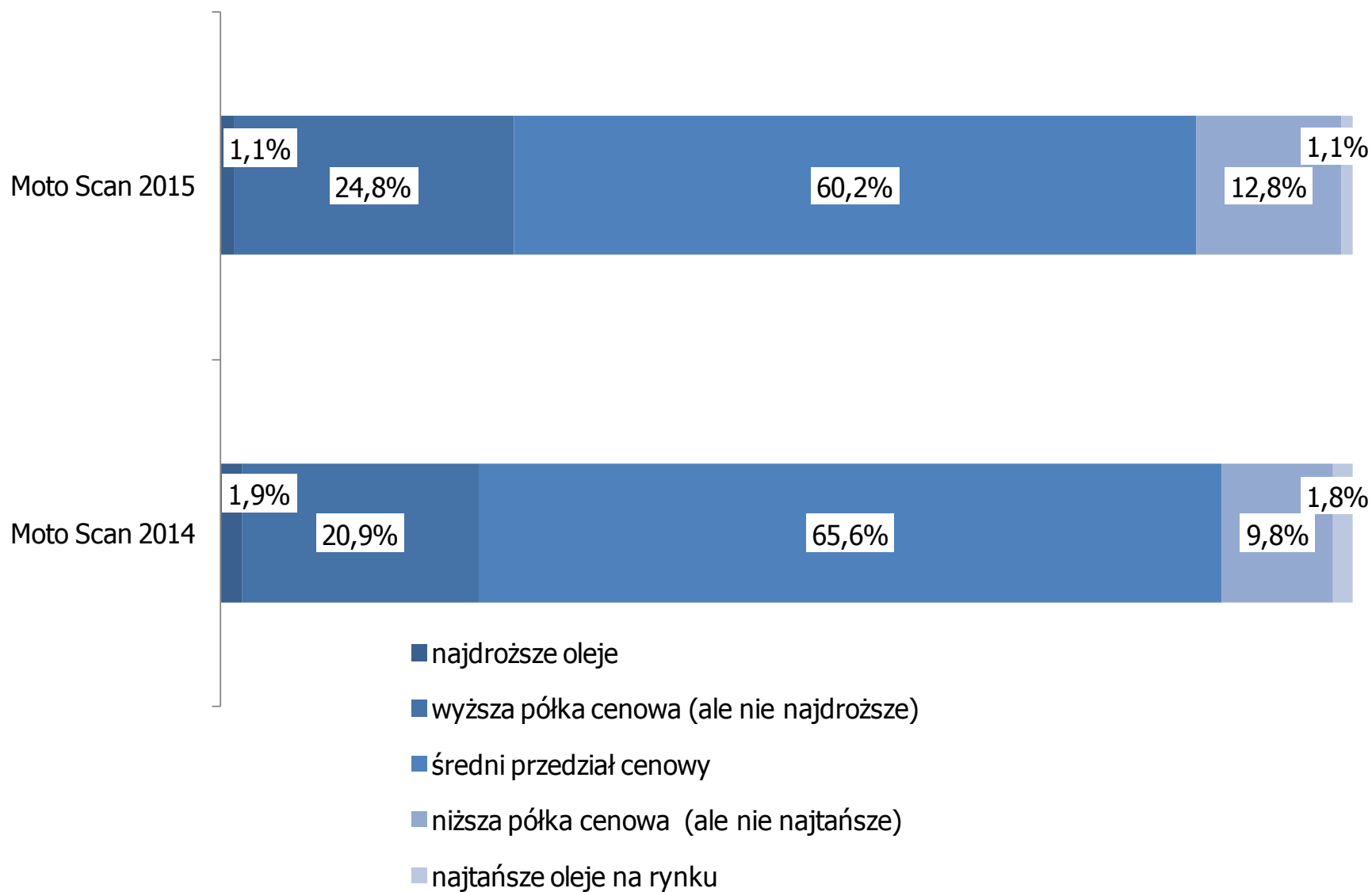
**68,00** zł

**PORÓWNAJ CENY**

w 1 sklepie

Źródło: [www.ceneo.pl](http://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.

# Ceny olejów silnikowych (2)



MOBIL 1 ESP 0W-30 5L

★★★★☆ 4,00 [Napisz opinię](#) / [1 pytanie](#)

Pojemność: 5L

**224,30** zł

**PORÓWNAJ CENY**

*w 1 sklepie*



VALVOLINE SYNPOWER MST C3 5W40 8L (5L+3L)

[Napisz opinię](#) / [Zadaj pytanie](#)

Pojemność: 5L

**224,00** zł

**PORÓWNAJ CENY**

*w 1 sklepie*



5W30 LIQUI MOLY TOP TEC 4200 2693 5L

★★★★★ 5,00 [2 opinie](#) / [Zadaj pytanie](#)

Rodzaj: **Syntetyczne**

Pojemność: 5L

od **224,00** zł

**PORÓWNAJ CENY**

*w 2 sklepach*



CASTROL EDGE SPORT 10W-60 5L 10W-60

★★★★★ 5,00 [9 opinii](#) / [Zadaj pytanie](#)

Rodzaj: **Syntetyczne**

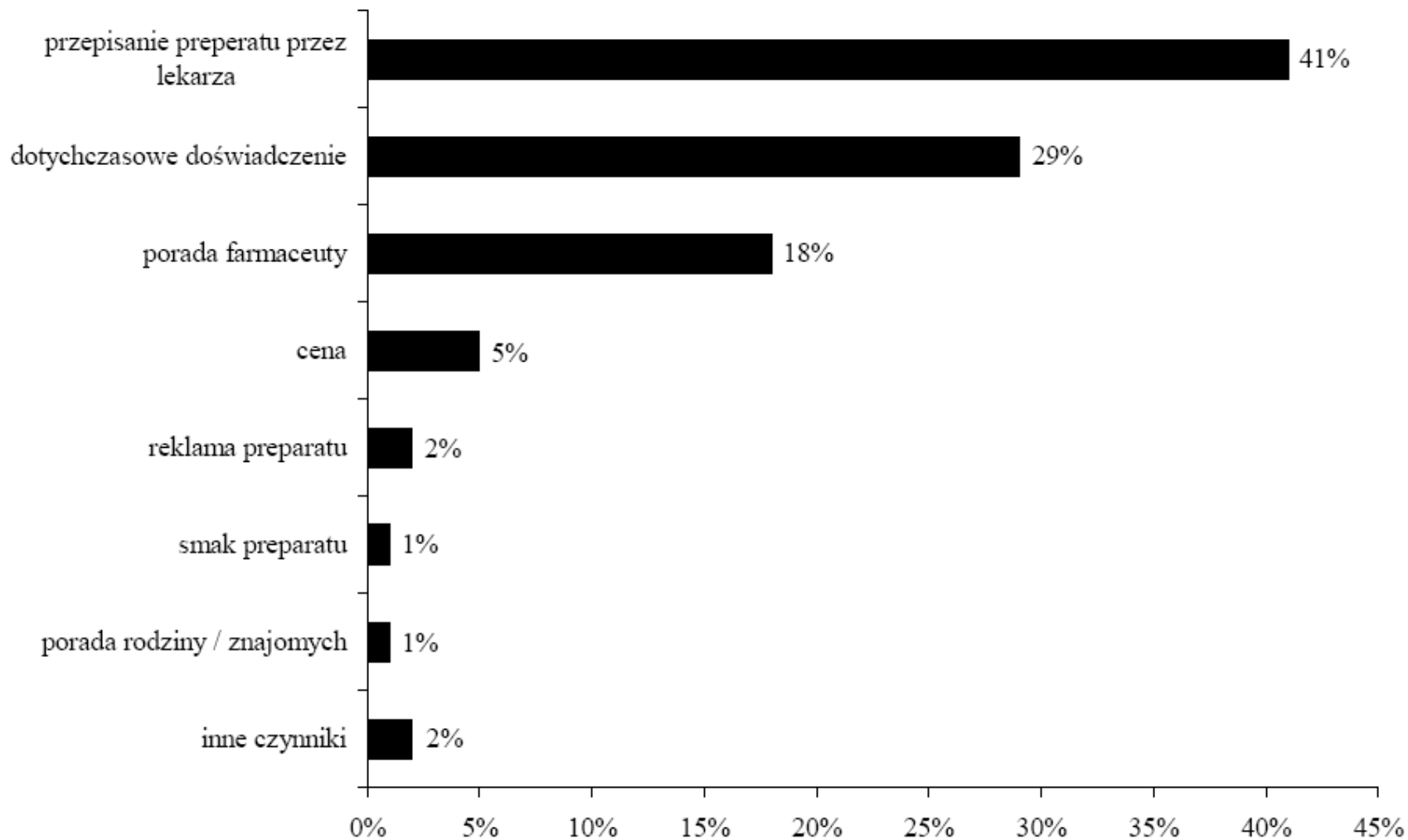
Pojemność: 5L

od **224,00** zł

**PORÓWNAJ CENY**

*w 2 sklepach*

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



# Pozycja rynkowa najpopularniejszych marek preparatów na kaszel

Nazwa preparatu	Sektor 1 (OTC) (zakupy bez recepty)		Sektor 2 (zakupy na receptę)	
	Liczba osób, które kupiły dany preparat	Pozycja rynkowa (w %) (n=287)	Liczba osób, które kupiły dany preparat	Pozycja rynkowa (w %) (n=203)
Pini	69	24	14	7
<b>Flegamina</b>	<b>62</b>	<b>22</b>	<b>95</b>	<b>47</b>
Bronchicum	57	20	28	14
Tussipect	45	16	14	7
Guajazyl	42	15	14	7
Drosetux	22	8	12	6
Wick Formel 44	22	8	6	3
Pectosol	18	6	3	1
Apitussic	16	6	5	2
Apipulmol	8	3	6	3
Mucosolvan	6	2	25	12
Tussicom	5	2	7	3
Ambrosol	4	1	6	3
Deflegmin	3	1	2	1
Kalium Guajacolosu	3	1	0	0
Mukolina	3	1	16	8
ACC	2	1	13	6



## 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.

# Cena a struktura popytu – rynek preparatów przeciwkaszlowych

## Test cenowy

W teście badane były preferencje przy wyjściowych cenach zbliżonych do rzeczywistych: Flegamina (syrop) - 3 zł, Mucosolvan (syrop) - 8 zł, Tussicom (saszetki) - 7 zł, ACC (kapsułki) - 10 zł, Deflegmin (kapsułki) - 5 zł, Bromhexin (tabletki) - 5 zł, Bisolvon (tabletki) - 8 zł.

W pierwszej rundzie preferencje 16 badanych osób rozłożyły się w następujący sposób:

- **Flegamina** - została wybrana przez 11 osób,
- Tussicom - 2, Mucosolvan - 1, Deflegmin - 1, Bromhexin - 1.



## 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

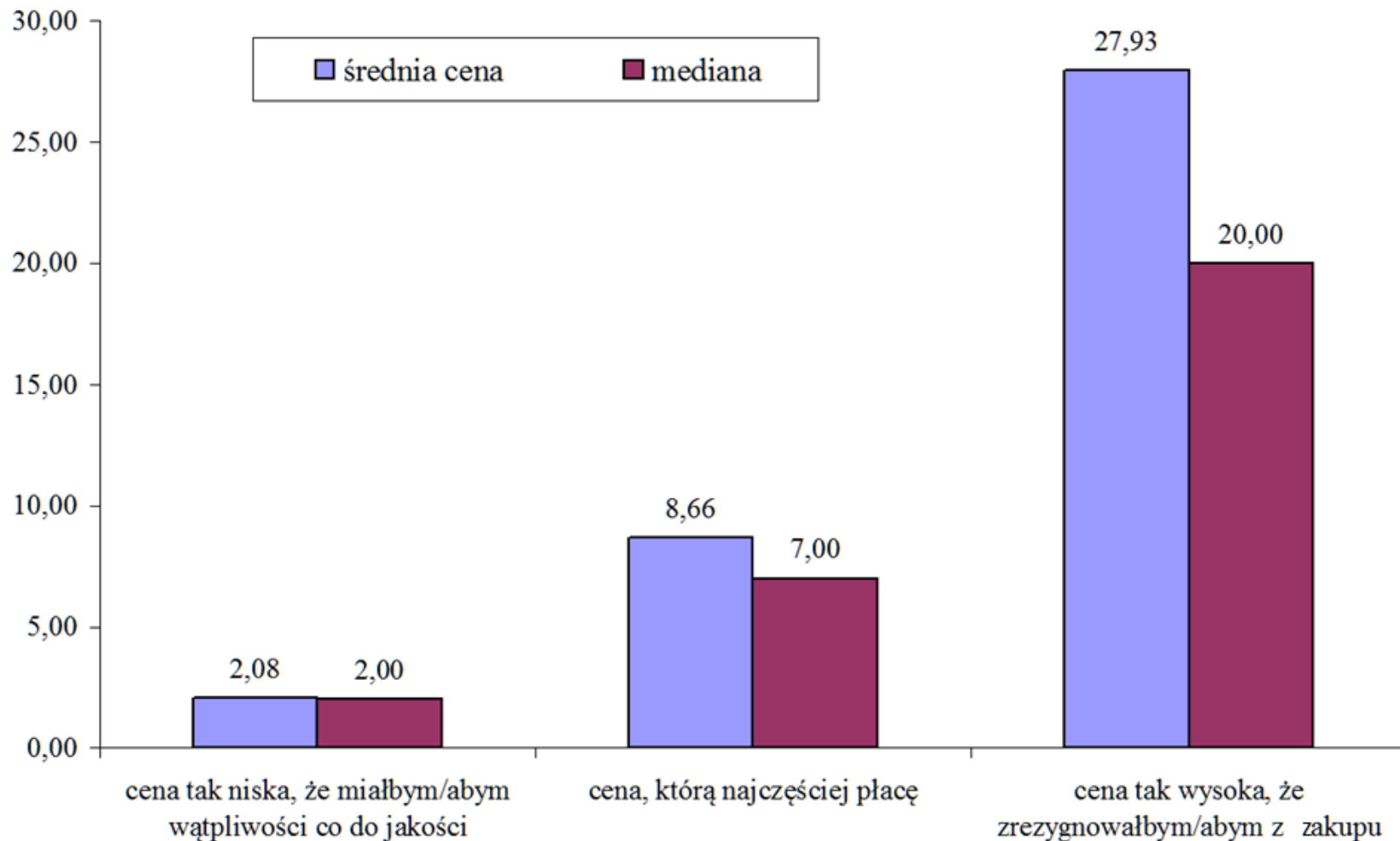


Prospan 26mg, zawiera wyciąg z liści bluszczu, 20 pastylek

14,69 zł



# Charakterystyczne pułapy cenowe preparatów przeciwbólowych



# Mental Accounting

„Mentalna księgowość stanowi zespół operacji myślowych dokonywanych przez jednostki oraz gospodarstwa domowe w celu organizowania, oceny i analizy transakcji finansowych”.

Ludzie mogą traktować pieniądź w różny sposób, w zależności od tego skąd on pochodzi lub na co chcą go wydać.

Źródło: Thaler, R. (1985): *Mental Accounting and Consumer Choice*, "Marketing Science".





# Ocena ofert cenowych kredytów

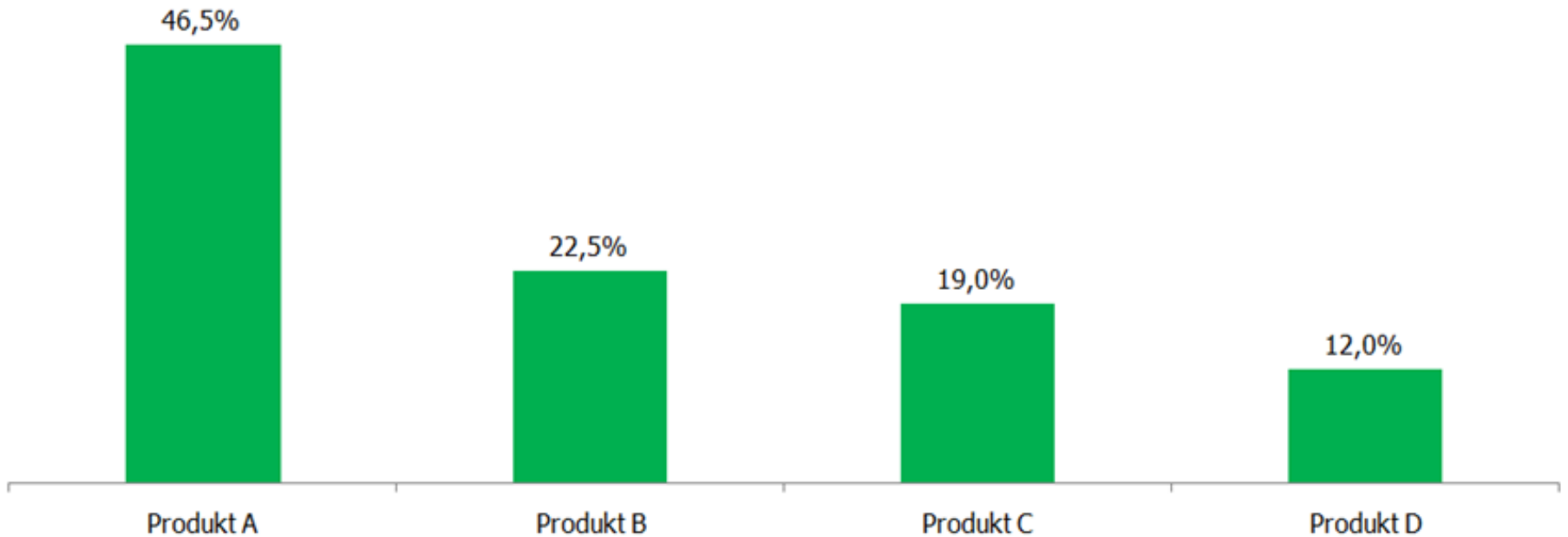
Próbka A	Próbka B
Specjalna roczna linia kredytowa PKO BP dla małych i średnich przedsiębiorstw z oprocentowaniem 7% i prowizją 1%	Specjalna roczna linia kredytowa PKO BP dla małych i średnich przedsiębiorstw z oprocentowaniem 5% i prowizją 4%
Średnia ocena atrakcyjności: 6,18 pkt.	Średnia ocena atrakcyjności: 6,44 pkt.
Mediana ocen atrakcyjności: 6,00 pkt.	Mediana ocen atrakcyjności: 6,00 pkt.

Ocena punktowa atrakcyjności oferty	Grupa A		Grupa B	
	Liczba odp.	%	Liczba odp.	%
1	3	1,0%	11	3,6%
2	4	1,3%	7	2,3%
3	17	5,6%	23	7,4%
4	29	9,6%	33	10,7%
5	61	20,1%	49	15,9%
6	61	20,1%	33	10,7%
7	57	18,8%	40	12,9%
8	33	10,9%	36	11,7%
9	20	6,6%	16	5,2%
10	18	5,9%	61	19,7%
OGÓŁEM	303	100,0%	309	100,0%

# Ocena atrakcyjności rachunków bieżących A, B, C i D

Opłaty	Produkt A	Produkt B	Produkt C	Produkt D
a) Opłata za prowadzenie rachunku:	0 zł	9.99 zł	25 zł	60 zł
b) Przelewy:				
- Elektroniczny ZUS i US:	0 zł	0 zł	0 zł	0 zł
- Elektroniczny na rachunek	0 zł	0 zł	0 zł	0 zł
- Oddziałowy na rachunek	7 zł	3 zł	2 zł	2 zł
- Elektroniczny do innego Banku	1 zł	1 zł	0.7zł	0.5zł
- Oddziałowy do innego Banku	10 zł	7 zł	5 zł	5 zł
c) Wpłata	0,5% min. 10 zł	0,5% min. 5 zł	0,5% min. 5 zł	0,5% min. 4 zł
d) Wyplata	0,2% min. 10 zł	0,2% min. 7 zł	0,2% min. 5 zł	0,2% min. 4 zł
e) Karta debetowa	5 zł*)	5 zł*)	5 zł*)	5 zł*)
*) abonament 5 zł miesięcznie pobierany, jeżeli klient nie wykonał żadnej transakcji w miesiącu				

# Preferencje badanych firm w grupie rachunków A, B, C, D - wskazania na pierwszym miejscu

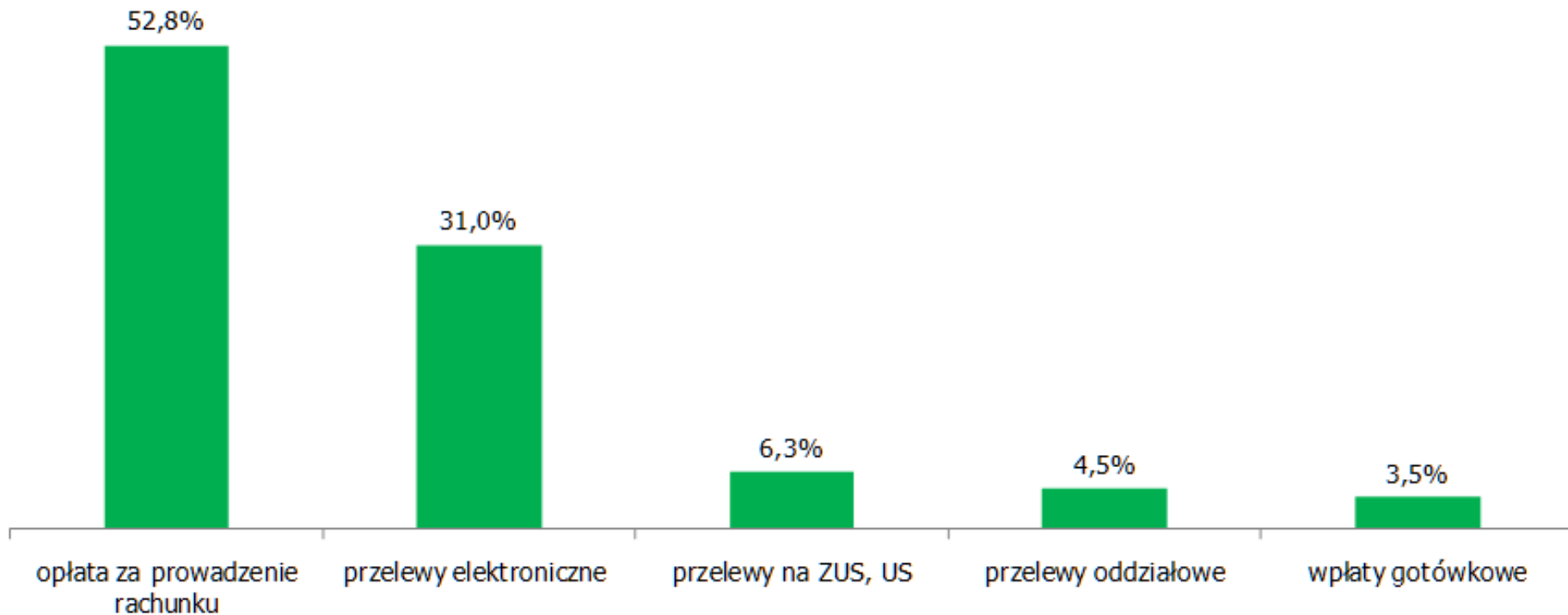


Źródło: Qualifact.

# Wybór produktu A – uzasadnienie respondentów

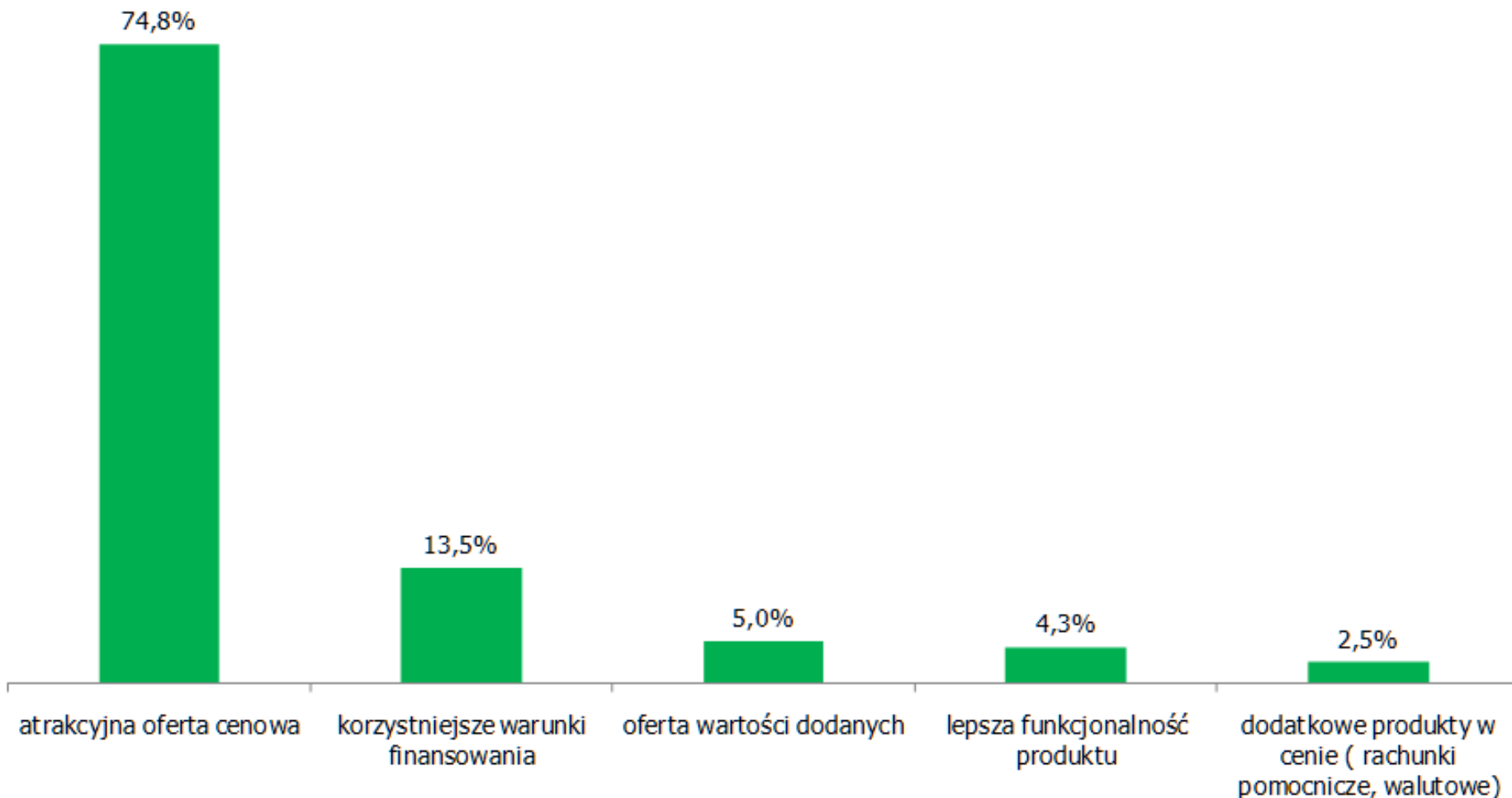
- brak opłaty za prowadzenie rachunku
- bez opłat za prowadzenie rachunku przy małej ilości przelewów
- opłata 0 zł za prowadzenie i dość niskie stawki za przelewy
- bo nic nie kosztuje
- najważniejsza jest opłata za prowadzenie konta
- nie ma opłaty za prowadzenie rachunku
- dla mnie najważniejsza jest opłata podstawowa
- 0 zł opłat za rachunek, a przy mojej niskiej ilości przelewów, to się opłaca
- ta oferta za 0 zł jest korzystna

# Znaczenie różnych opłat (wskazania na 1. miejscu)



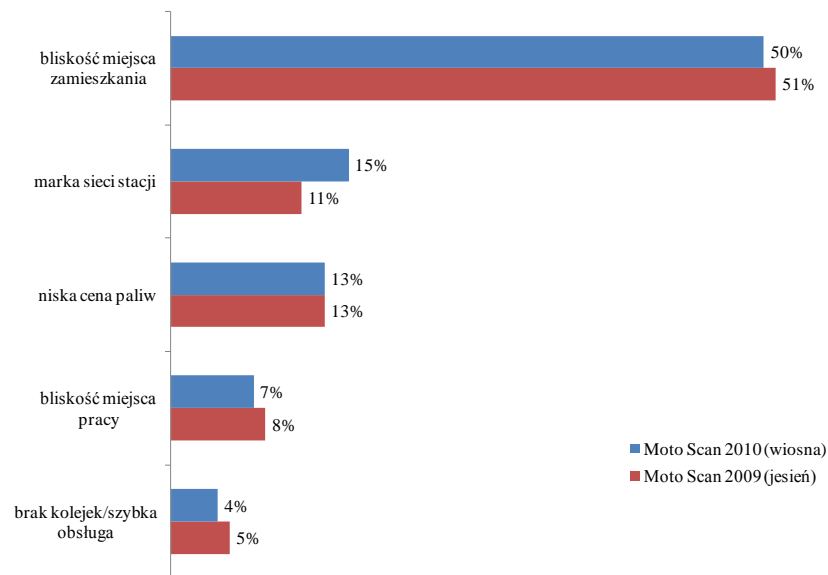
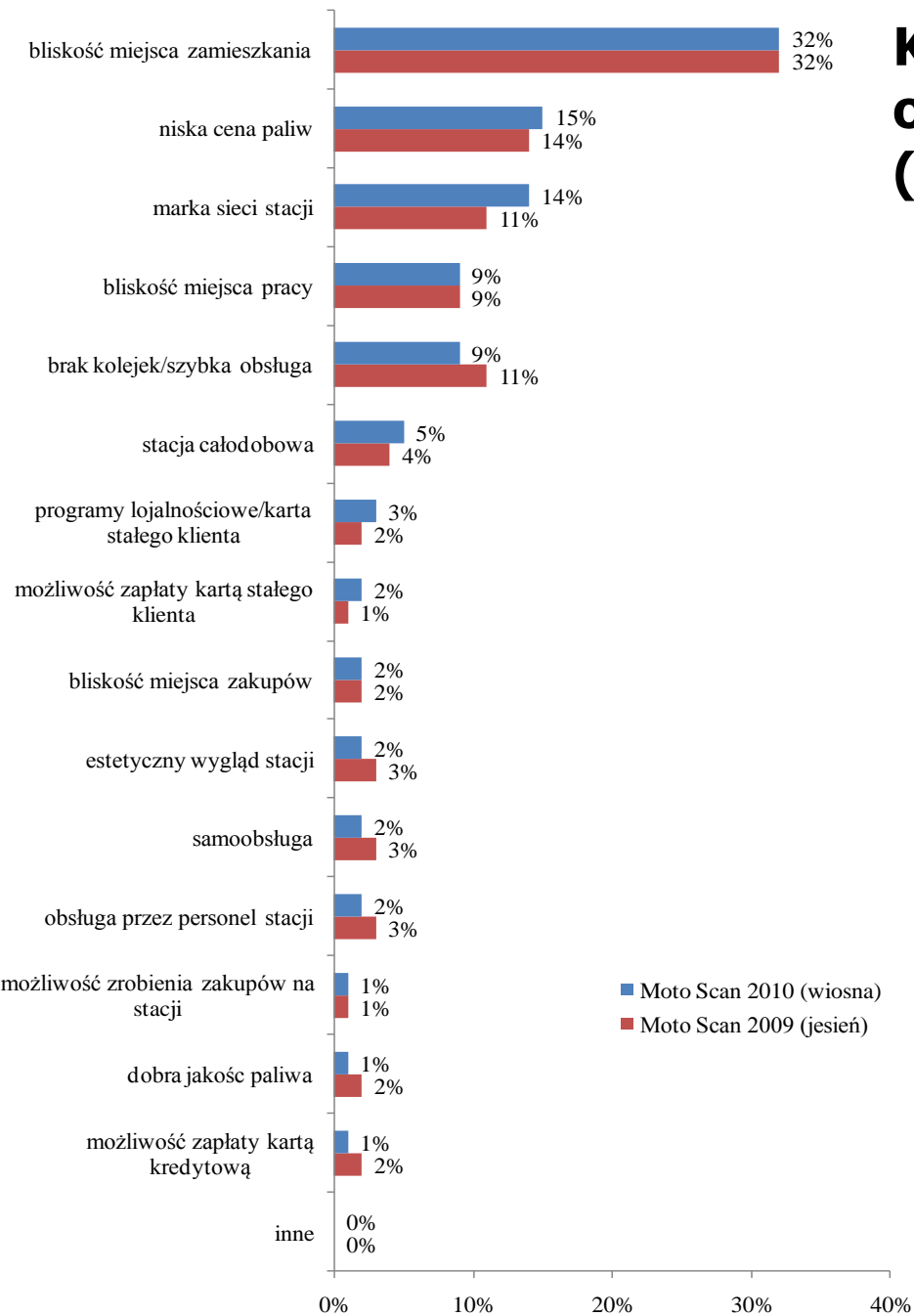
Źródło: Qualifact.

# Znaczenie różnych elementów oferty (w sytuacji), gdyby firma zamierzała zmienić bank (wskazania na 1. miejscu)



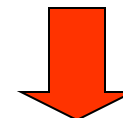
Źródło: Qualifact.

## Kryteria wyboru najczęściej odwiedzanej stacji benzynowej (dane ważone)



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

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

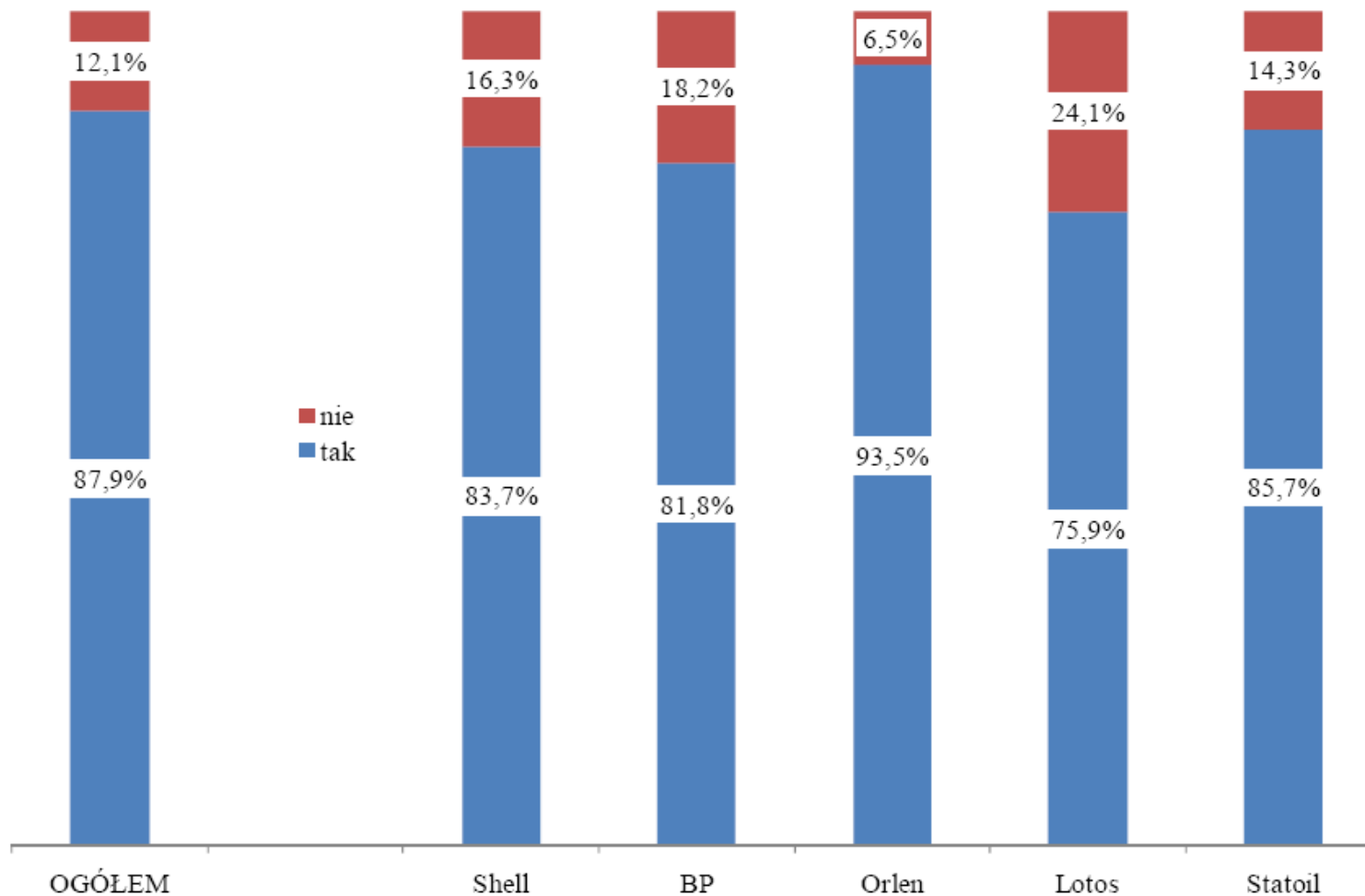


Program lojalnościowy	liczba odpowiedzi	% uczestników (n=402)	% próby (n=1039)	średnia liczba tankowania na danej stacji (z ostatnich 10 razy)
Orlen	218	54,2%	21,0%	8,08
BP	81	20,1%	7,8%	8,05
Shell	61	15,2%	5,9%	8,07
Lotos	22	5,5%	2,1%	7,73
Statoil	20	5,0%	1,9%	8,45
<b>RAZEM</b>	<b>402</b>	<b>100,0%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

Źródło: QUALIFACT, Moto Scan 2010.



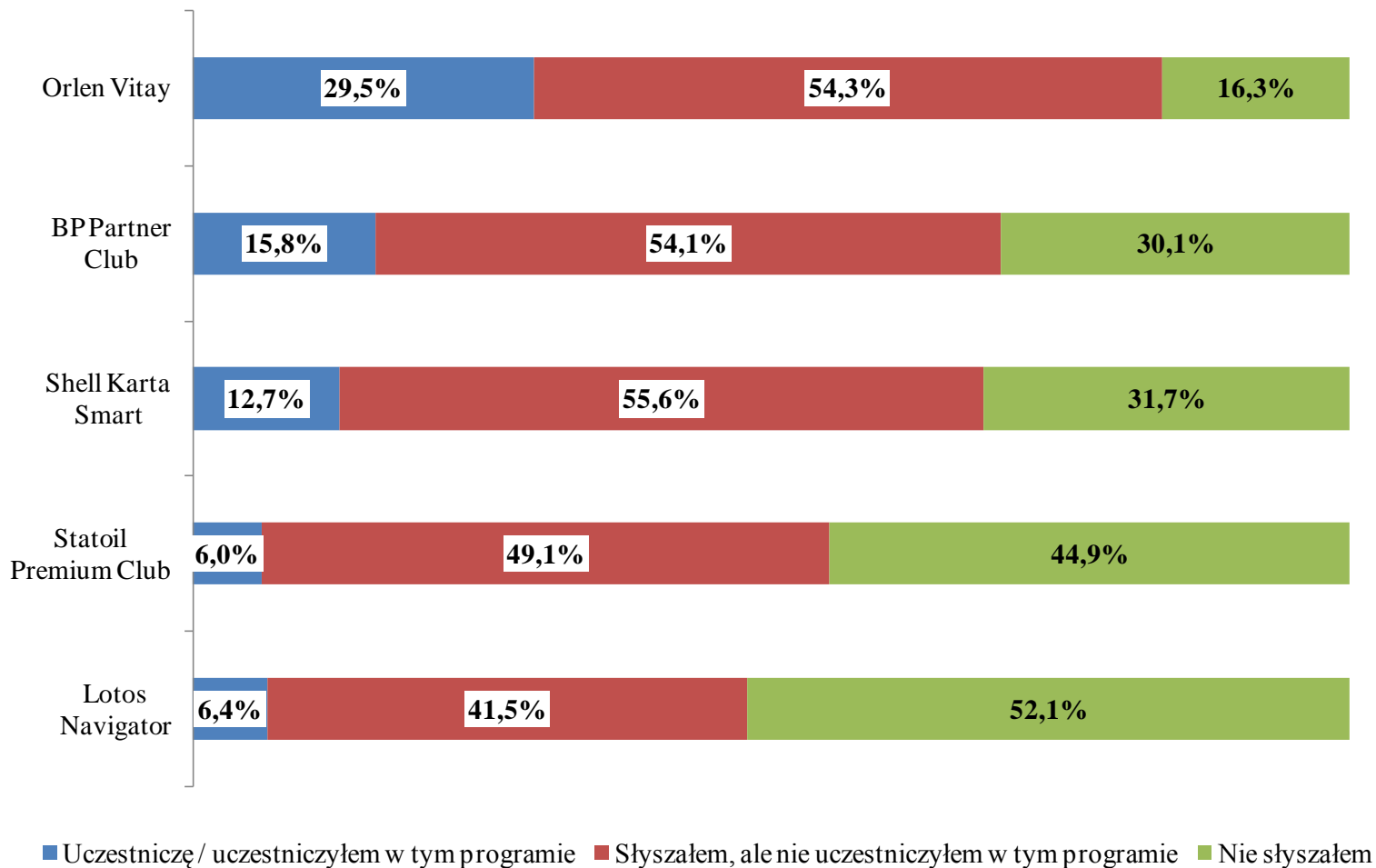
# Gdyby sieć stacji paliw nie miała programu lojalnościowego, to czy dalej tankował/a/by Pan/i na jej stacjach?



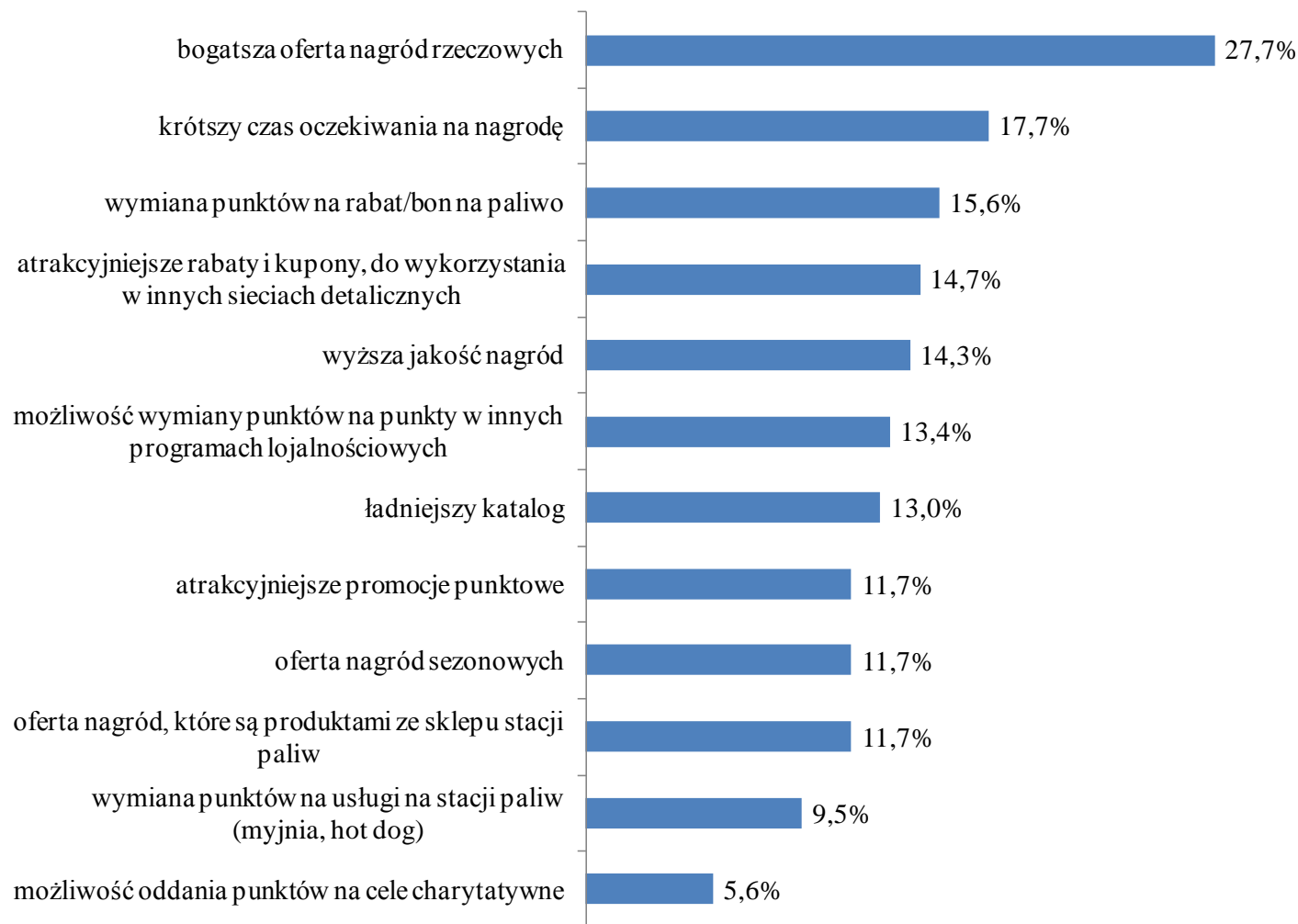
# Powody braku uczestnictwa w programach lojalnościowych



# 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.