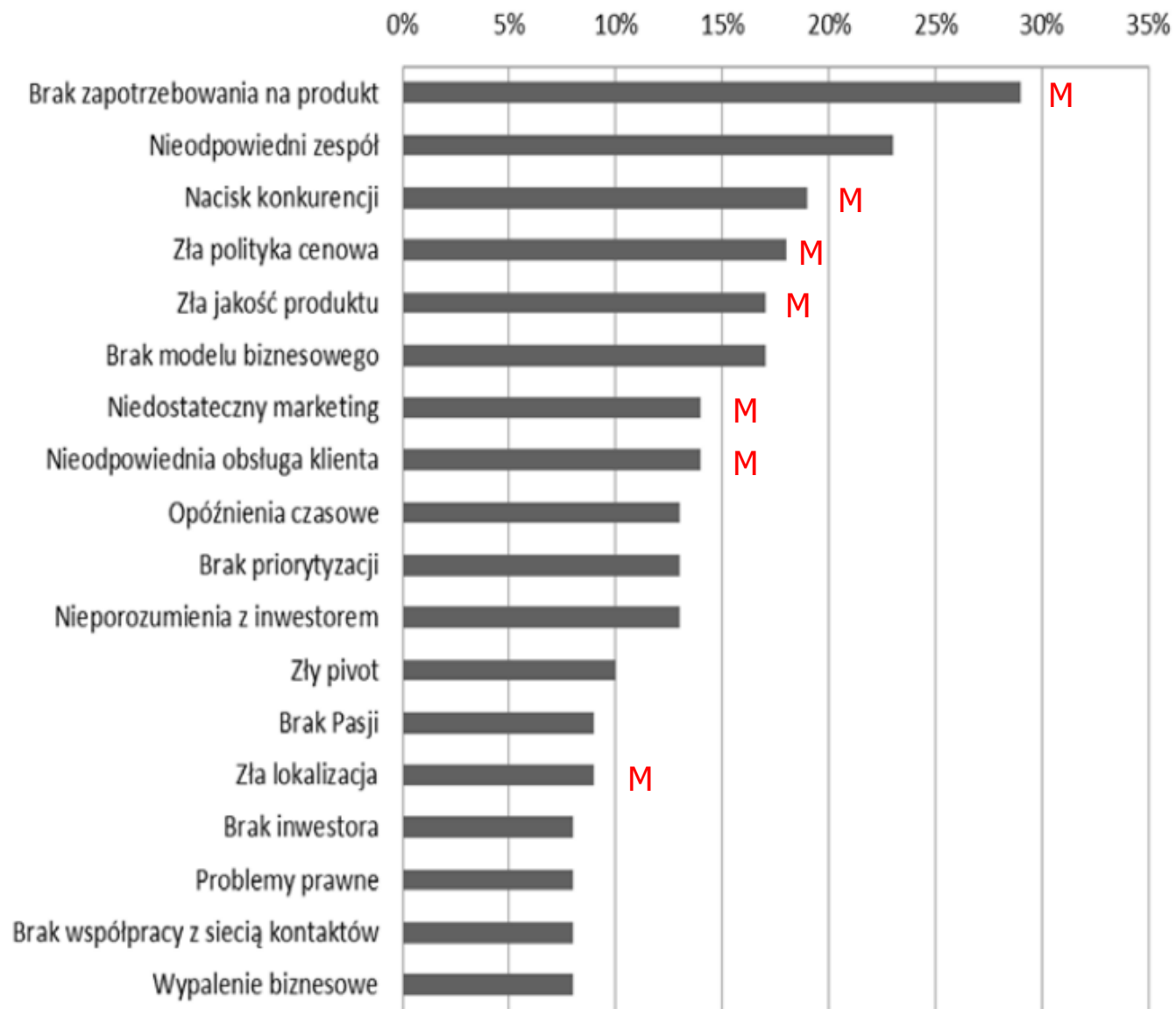


Wykład:

Marketing

– ujęcie transakcyjne i relacyjne

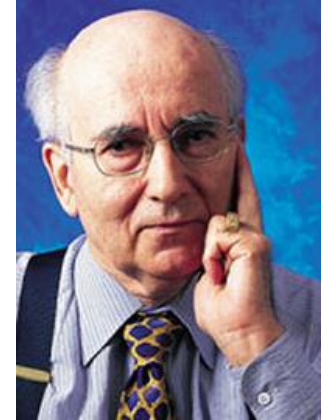
Główne powody upadku start-upów



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.

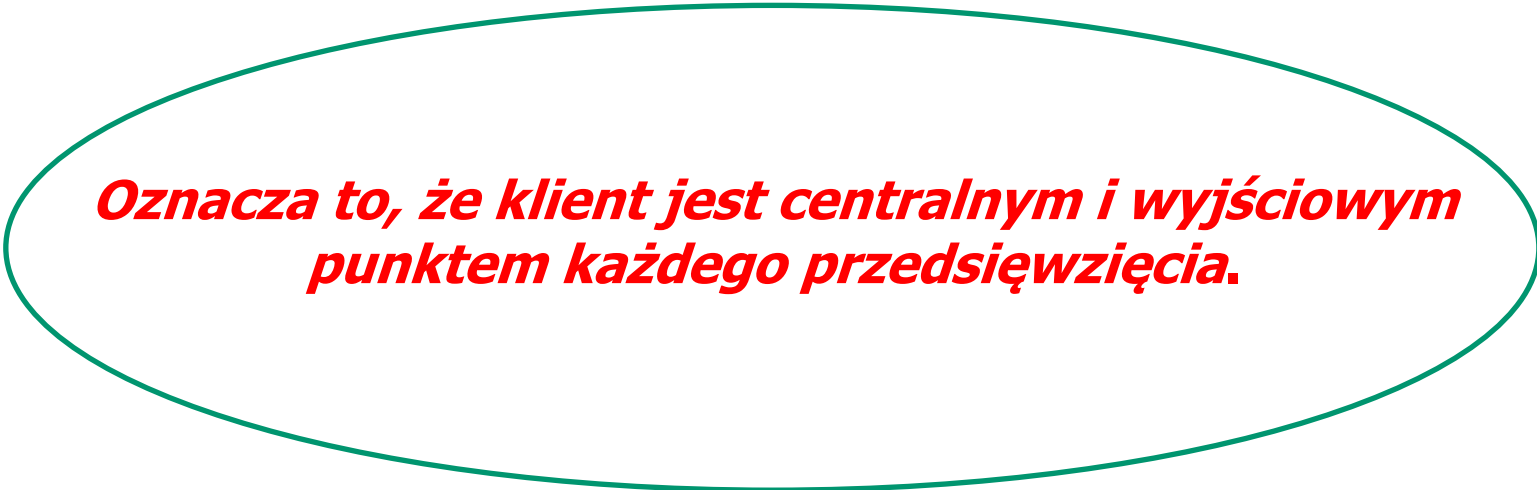
American Marketing Association

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.

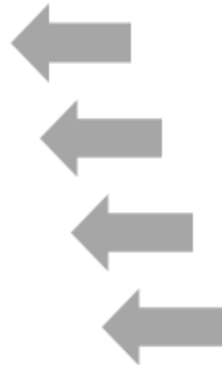
Trzy kluczowe pytania brzmią:

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

Marketing-mix (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)

Biznes ekologiczny

1. Odnawialne źródła energii
2. Ekomotoryzacja i transport zrównoważony
3. Ekologiczne produkty i usługi
4. Turystyka ekologiczna (ekoturystyka)
5. Ekologiczne rolnictwo i żywność
6. Gospodarka obiegu zamkniętego i recykling
7. Budownictwo ekologiczne
8. Technologie czystej wody i ochrony środowiska
9. Finanse i inwestycje ekologiczne

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 24,31% przy założeniu: wysokość pożyczki: 700 zł, na okres 48 miesięcy, dla klienta posiadającego ROR w PKO Banku Polskim od 6 miesięcy, zmniejsza stopę procentową, 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.

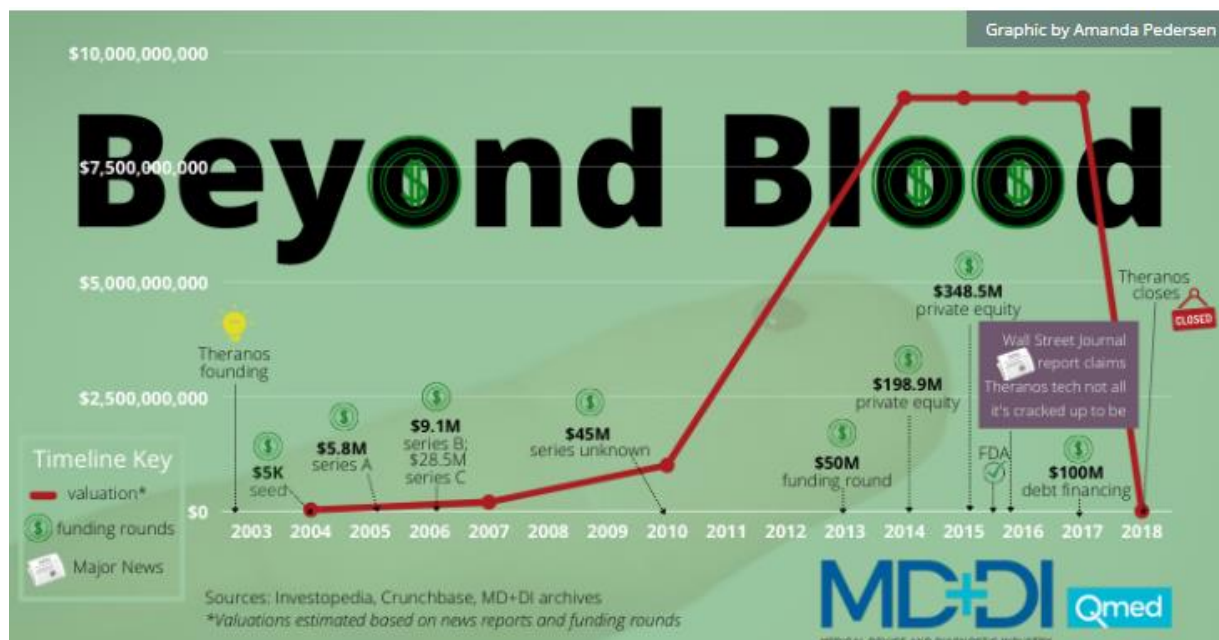
Służby marketingowe koncentrują się na działalności promocyjnej.



The screenshot shows the Gazeta.pl website interface. At the top, there is a search bar with the text "szukaj w Gazeta.pl" and a "Szukaj" button. Below the search bar, there are several icons for social media and services: Poczta, Forum, Praca, Blogi, Randki, and Filmy. The main content area features a large advertisement for Amber Gold. The ad has a yellow background and includes a smiling woman. The text "LOKATA 12%" is prominently displayed. To the right of the woman, there is a logo for Amber Gold and a button that says "SPRAWDŹ BEZPŁATNIE". At the bottom of the page, there is a news section with the headline "RAPORT MILLERA WS. KATASTROFY SMOLEŃSKIEJ" and a sub-headline "Lot, który przerósł załogę: Skąd wzięło". There is also a weather widget showing "Warszawa 20°C" and a "pogoda" link.



Elizabeth Holmes, spółka biotechnologiczna Theranos



Holmes, która chwaliła się opracowaniem rewolucyjnego testu krwi, została skazana na **11 lat i trzy miesiące więzienia**. Sąd w kalifornijskim San Jose uznał ją **winną wprowadzenia w błąd inwestorów, którzy przekazali pieniądze na rozwój jej firmy**. Spółka Theranos **oszukiwała przy badaniach klinicznych i celowo zwodziła regulatorów**.

Przełomowa technologia, będąca uzasadnieniem wysokiej wyceny akcji, była zwyczajnym oszustwem. Firma zdążyła pozyskać wielu wpływowych inwestorów, wśród nich był m.in. były szef Pentagonu gen. James Mattis, czy byli szefowie dyplomacji USA George Schultz i Henry Kissinger. Firma Theranos była **wyceniana na 9 mld dolarów, ostatecznie upadła w 2018 r.**

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

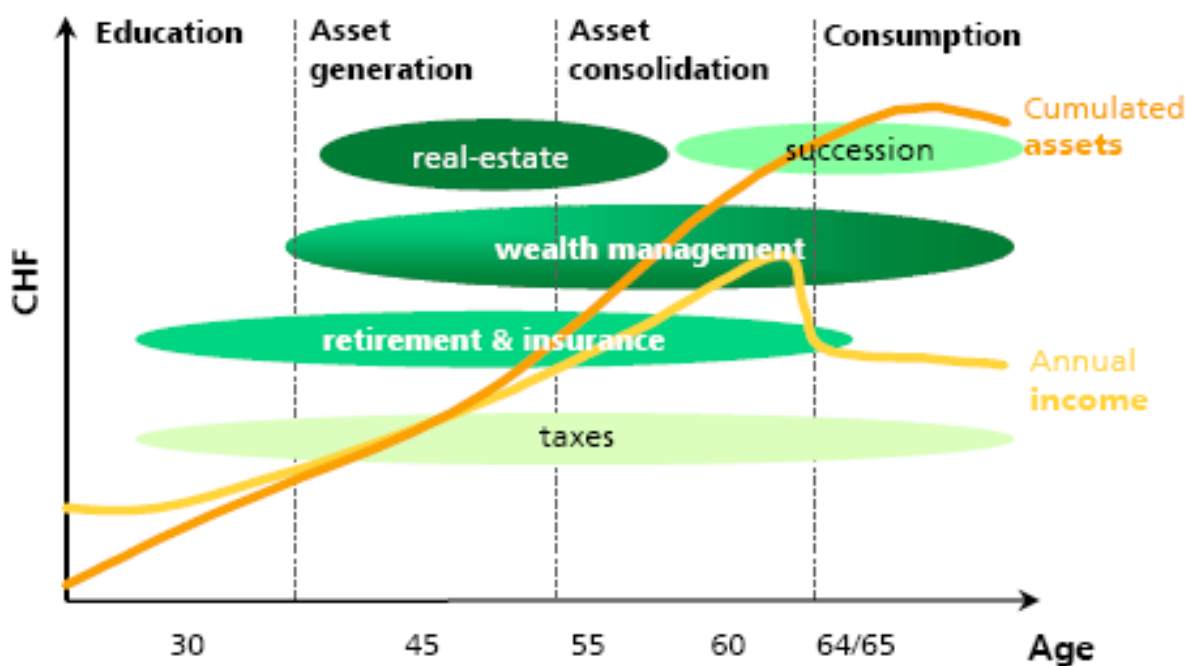
- horyzont czasowy decyzji

Marketing transakcyjny	Marketing relacyjny
Cykl sprzedażowy	Cały cykl życia klienta

Oferta dostosowana do fazy cyklu życia klienta

Client dedicated solutions

Life cycle advisory and services



Global solution for personalized situation

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~~ 99zł



optimum nutrition
WHEY GOLD
STANDARD 100%

★★★★★ 173
~~289zł~~ 229zł



sfd
WPC PROTEIN PLUS

★★★★★ 835
~~54.99zł~~ 39.99zł



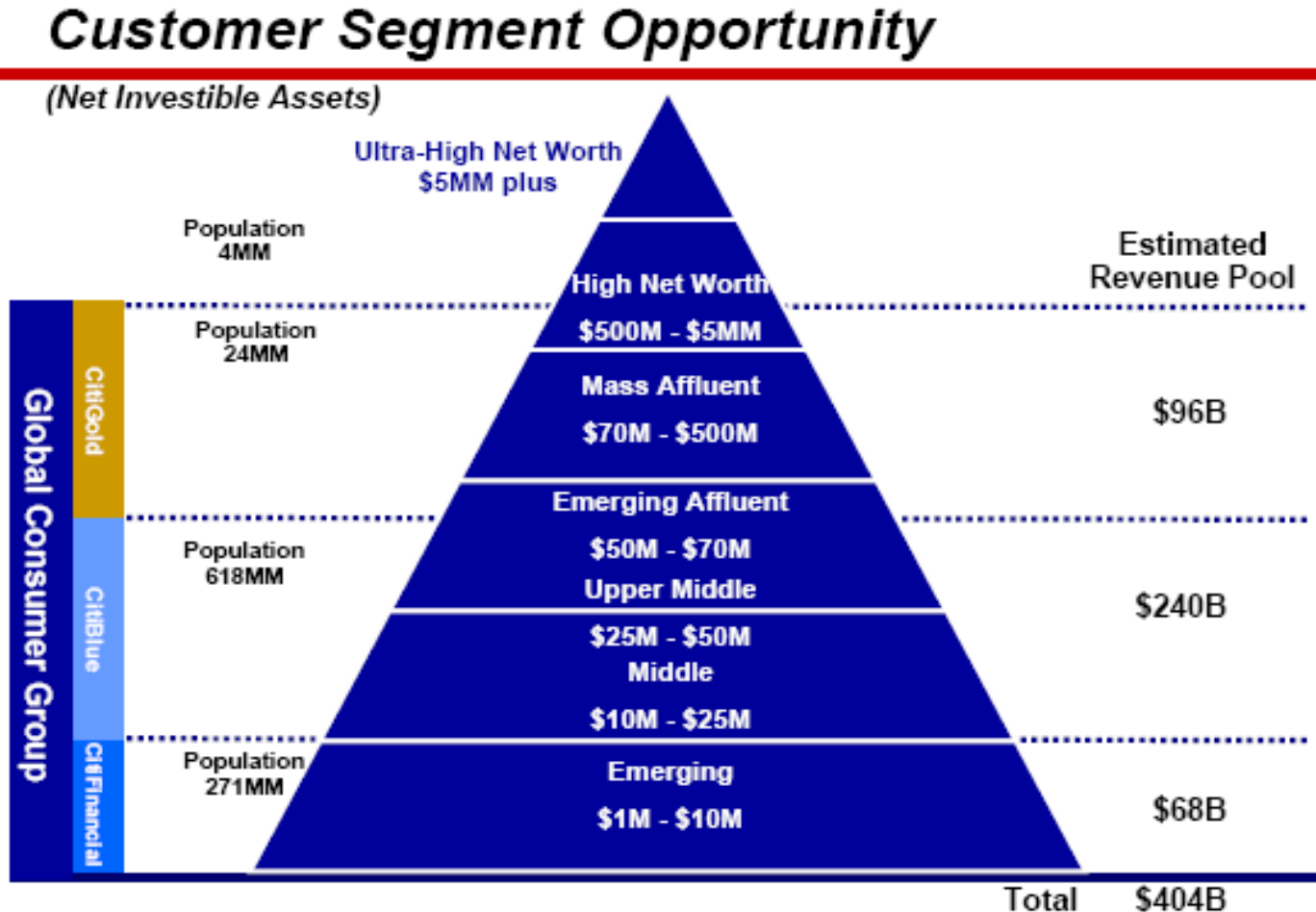
pvl
MUTANT MASS

★★★★★ 108
~~206.95zł~~ 174.99zł

Marketing relacyjny vs. transakcyjny - segmentacja

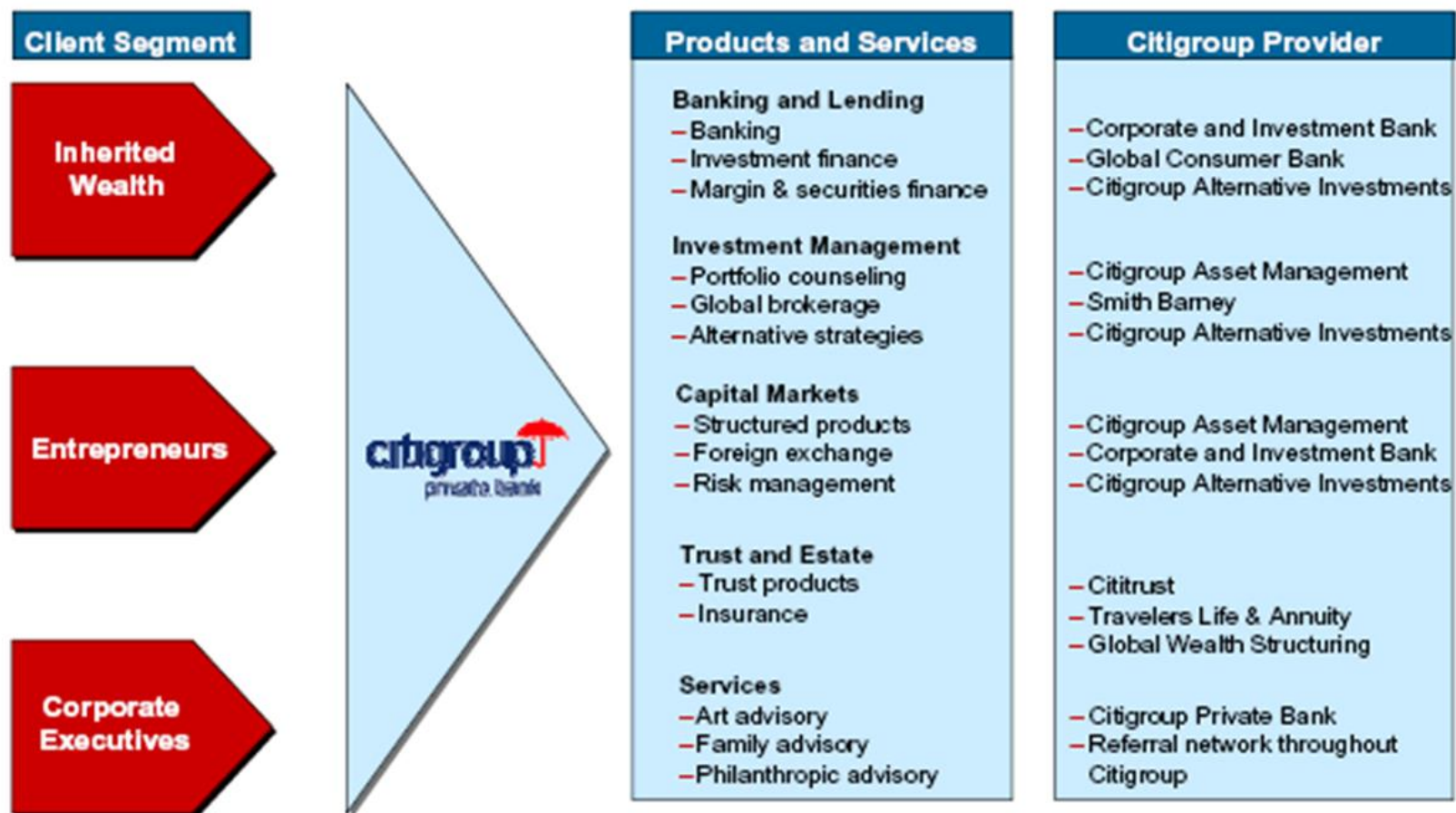
Marketing transakcyjny	Marketing relacyjny
Służy do wyodrębnienia grup klientów o różnej zyskowności (z punktu widzenia firmy) oraz różnej wrażliwości cenowej	Służy do wyodrębnienia grup różniących się potrzebami, preferencjami oraz wzorcami zachowań

Segmentacja wg posiadanych płynnych aktywów



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

Segmentacja wg źródeł pochodzenia bogactwa



ITEM	2019	2020	2021	2022	2023
Interest Income	76.51B	58.09B	50.48B	74.41B	133.26B
Net Income	19.28B	10.99B	21.79B	14.96B	9.05B

Segmentacja użytkowników suplementów wg Herbalife



Źródło: Herbalife, Investor Presentation, August 2016.

ITEM	2019	2020	2021	2022	2023
Sales/Revenue	4.88B	5.54B	5.8B	5.2B	5.06B
Net Income	311M	372.6M	447.2M	321.3M	142.2M

Marketing relacyjny vs. transakcyjny

- zwiększanie sprzedaży

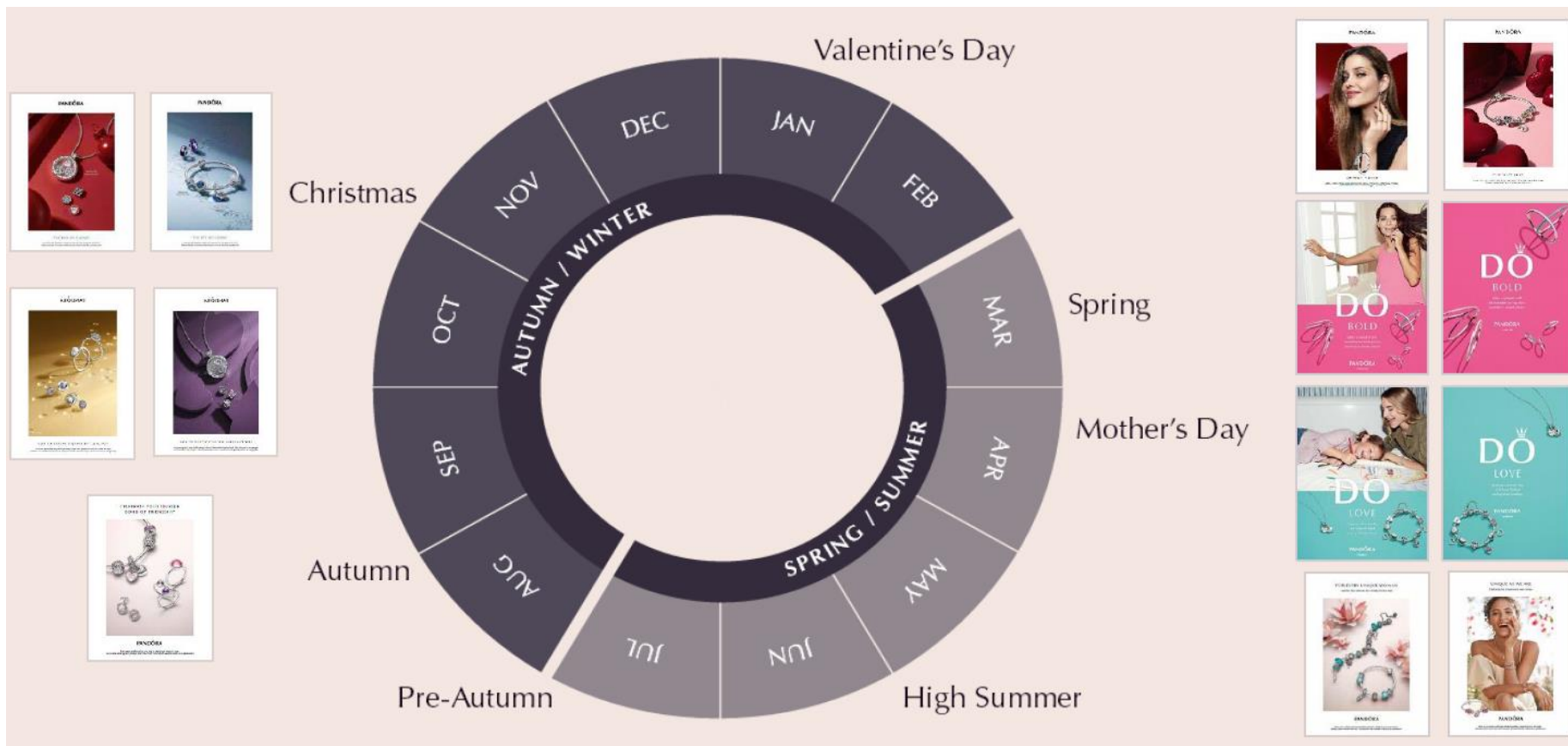
Marketing transakcyjny	Marketing relacyjny
Marketing masowy; sprzedaż produktów niezdefiniowanym klientom	Sprzedaż produktów starym klientom plus pozyskiwanie nowych klientów

Marketing relacyjny vs. transakcyjny

- relacje z klientami

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

7 okazji do wprowadzenia nowych serii produktów



Źródło: investor.pandoragroup.com.

Marketing relacyjny vs. transakcyjny - produkty

Marketing transakcyjny	Marketing relacyjny
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). Sprzedaż krzyżowa ma zwiększyć zyski i przywiązać klienta (podnieść koszty ewentualnej rezygnacji)	Produkty przygotowywane są „na miarę”; nawet pakiety pozostawiają klientowi pole manewru. Ciągle pojawiają się innowacje, bo zmieniają się potrzeby klientów, a firma poszukuje możliwości zwiększenia użyteczności usług. Sprzedaż krzyżowa nastawiona jest na tworzenie więzi w długim okresie (nawet w ciągu całego cyklu życia klienta)

Apple – oferta produktowa



Mac



iPhone



iPad



Apple Watch



AirPods



AirTag



Apple TV 4K



Akcesoria



Nowości. Sprawdź, co nowego mamy dla Ciebie.

MacBook Pro

Stworzony dla Apple Intelligence^{*}

Od 8499 zł



iPhone 16

Wszecmocny.

Od 3999 zł



iPad Air

Najświeższy.

Od 2999 zł



Mac mini

Stworzony dla Apple Intelligence^{*}

Od 2999 zł



Źródło: <https://www.apple.com/pl>

Marketing relacyjny vs. transakcyjny - ceny

Marketing transakcyjny	Marketing relacyjny
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). Firma stosuje ukryte opłaty; zdarza się, że wprowadza niezapowiedziane i niczym nieuzasadnione podwyżki.	Ceny odpowiadają rzeczywistej wartości produktów / usług; są wyższe tylko wtedy, gdy produkt / usługa daje klientowi dodatkową wartość. 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. Zmiany cenowe są wprowadzane wtedy, gdy zmieniają się parametry rynkowe.

Wystawiono, Gdańsk: 02.07.2023

Data dokonania lub zakończenia dostawy towarów lub wykonania usługi: 15.06.2023

SZCZEGÓŁOWE ROZLICZENIE FAKTURY NF

/FES/00022

Numer PPE:

Rozliczenie za okres 17.02.2023 - 15.06.2023

Adres PPE:

Moc umowna: 11 kW

Zabezpieczenie przedlicznikowe: 20 A

Ilość zużytej energii elektrycznej w okresie ostatnich 12 miesięcy: 10 322 kWh

Ilość zużytej energii elektrycznej w analogicznym okresie roku poprzedniego: 3 689 kWh

Umowa: czas nieokreślony

DANE ODCZYTOWE

Grupa taryfowa	Nr licznika	Strefa pomiarowa	Data odczytu		Wskazania		Ilość kWh	Rodzaj odczytu	Mn
			od	do	od	do			
Energia czynna									
G12W	11676257	L1	16.02.2023	15.06.2023	5 252,395	6 886,829	1 634,434	Z	1
Energia czynna									
G12W	11676257	L2	16.02.2023	15.06.2023	5 613,877	7 337,73	1 723,853	Z	1

1. ROZLICZENIE SPRZEDAŻY ENERGII ELEKTRYCZNEJ

Rodzaj opłaty	Data odczytu		Ilość	Jm	Cena jednostk. netto [zł]	Wartość netto [zł]	Stawka VAT %
	od	do					
Energia czynna dzienna	17.02.2023	15.06.2023	1 634	kWh	0,6980	1 140,53	23
Energia czynna nocna	17.02.2023	15.06.2023	1 724	kWh	0,6980	1 203,35	23

2. ROZLICZENIE DYSTRYBUCJI ENERGII ELEKTRYCZNEJ

Rodzaj opłaty	Data odczytu		Ilość	Współczynnik	Jm	Cena jednostk. netto [zł]	Wartość netto [zł]	Stawka VAT %
	od	do						
Opłata abonamentowa	17.02.2023	15.06.2023	4,00		MC	0,7000	2,80	23
Opłata sieciowa stała	17.02.2023	15.06.2023	4,00		MC	19,7700	79,08	23
Opłata sieciowa zmienna dzienna	17.02.2023	15.06.2023	1 634		kWh	0,4082	667,00	23
Opłata sieciowa zmienna nocna	17.02.2023	15.06.2023	1 724		kWh	0,0860	148,26	23
Opłata jakościowa	17.02.2023	15.06.2023	3 358		kWh	0,0242	81,26	23
Opłata OZE	17.02.2023	15.06.2023	3 358		kWh	0,0000	0,00	23
Opłata kogeneracyjna	17.02.2023	15.06.2023	3 358		kWh	0,00496	16,66	23
Opłata przejściowa	17.02.2023	15.06.2023	4,00		MC	0,3300	1,32	23
Opłata mocowa	17.02.2023	15.06.2023	4,00		MC	13,3500	53,40	23

Razem wartość netto (1 + 2) 3 393,66



Zadzwoń: **provident.pl**

600 200 200

Koszt połączenia wg taryfy operatora
Provident Polska SA

RRSO 160,51%

0 zł albo **UZGODNIŁEM RATY**
kosztu dostawcy przy opłacie w miesiącu
zgodnie z harmonogramem

(RRSO) wynosi 160,51%; całkowita kwota kredytu (bez kredytowanych kosztów) – 2000 zł; całkowita kwota do zapłaty – 3235,30 zł; oprocentowanie stałe – 10%; całkowity koszt kredytu – 1235,30 zł (w tym: prowizja – 728 zł, opłata przygotowawcza – 40 zł, opłata za elastyczny plan spłat – 312 zł, odsetki – 155,30 zł); 12 miesięcznych równych rat w wysokości 269,61 zł każda. Kalkulacja została dokonana na dzień 24.08.2016 r. na reprezentatywnym przykładzie.



Rzeczywista Roczna Stopa Oprocentowania (RRSO) wynosi 391,1%, całkowita kwota kredytu (bez kredytowanych kosztów) 500 zł, całkowita kwota do zapłaty 649,50 zł, oprocentowanie stałe 0%, całkowity koszt kredytu 149,50 zł (w tym: prowizja 149,50 zł, odsetki 0 zł), okres kredytowania 60 dni. Kalkulacja została dokonana na dzień 10.04.2018 r. na reprezentatywnym przykładzie.

Promocje cenowe w sklepie internetowych SFD



KATEGORIE

PRODUCENCI

PROMOCJE

MÓJ CEL

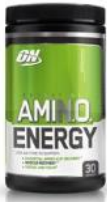
Szukaj...

Q

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



sfd
3X WPC PROTEIN PLUS +
SHAKER BIG

★★★★★ 813

~~199,96 zł~~ **119,99 zł**

KUPUJĘ



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

★★★★★ 14

~~154,97 zł~~ **99,99 zł**

KUPUJĘ



allnutrition
3X VITAMINALL SPORT

★★★★★ 46

~~69,99 zł~~ **49,99 zł**

KUPUJĘ



optimum nutrition
WHEY GOLD STANDARD
100% + SHAKER

★★★★★ 1

~~338,99 zł~~ **229,99 zł**

KUPUJĘ



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
Występuje wypychanie klientów do tańszych kanałów dystrybucji. Prowadzona jest oddzielna sprzedaż internetowa. Liczba kanałów dystrybucji jest ograniczona.	Firma tworzy warianty dystrybucji odpowiadające poszczególnym segmentom (to klient wybiera, jaki model dystrybucji mu odpowiada). System dystrybucji ma charakter wielokanałowy. Najlepszym rozwiązaniem jest strategia omnichannel (wszystkie możliwe kanały dystrybucji).

Marketing relacyjny vs. transakcyjny

- komunikacja i promocja

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

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