



## 5. Výrobová a cenová politika

---

Všechna opatření, která prodávající používá ke zmenšení odbytových obtíží s cílem posílit vlastní konkurenční postavení.

Nástroje odbytové politiky:

1. Výrobová politika (formuje nabídku, uspokojuje potřeby kupujících)
2. Cenová politika (cenové soutěžení, rabaty, platební podmínky, ...)
3. Komunikační politika (reklama, snaha vyhnout se konkurenci)
4. Distribuční politika (výrobek, ve správný čas, na správném místě)

= **marketingový mix**



# 1. Výrobní politika

---

**Cílem** není jen vyvinutí technicky dokonalého výrobku, ale orientace všech vlastností výrobku na potřeby kupujících ⇒ **uspokojení potřeb!**

## **Výrobní politika:**

**Jádro** - Optimalizace technických vlastností výrobku prostřednictvím:

- výrobních inovací
- variant výrobků
- vyřazování výrobků

**Okrajové oblasti** – Optimalizace:

- programové a sortimentní politiky
- značkové a obalové politiky
- politiky v oblasti služeb pro zákazníky



## Jádro výrobkové politiky

---

**Výrobní inovace** = technický pokrok nebo posun v potřebách vedou k vývoji zcela nových výrobků

- **Diferenciace** (doplnění již existující výrobní linie o nový výrobek)
- **Diverzifikace:**
  - a) **horizontální** (zavedení druhové příbuzného výrobku)
  - b) **vertikální** (výroba příbuzného výrobku, odpovídajícího následné nebo předchozí etapě výroby)
  - c) **laterální** (výroba výrobků zcela rozdílného typu)

**Variety výrobků** = technické zlepšení již existujících výrobků

**Vyřazování výrobků** = stažení zastaralých výrobků z trhu



Výrobní inovace + komu je výrobek určen = umístění výrobku

		Poptávka	
		Silná	Slabá
Konkurence	Silná	<b>masové trhy</b> – velké obraty – malé ziskové marže	<b>smršťující se trhy</b> – nadbytečné kapacity – klesající obraty – (značné) ztráty
	Slabá	<b>trhy budoucnosti</b> – chybějící technická řešení	<b>výklenky trhu</b> – malé obraty – velké ziskové marže



---

Strategie zavádění nových výrobků:

1. Napodobovací varianta
2. Inovační varianta
3. Nákupní varianta

### **Varianty výrobků**

Cílem je buď:

- a) okamžitě reagovat na změny ve struktuře potřeb (včasně realizovaná výrobní varianta)
- b) reagovat na změny v konkurenční nabídce (opožděně realizovaná výrobní varianta)

### **Vyřazování výrobků**

- všech výrobků nacházejících se v degenerační fázi životního cyklu
- nových výrobků, které se projevily jako „flop“



## Okrajové oblasti výrobní politiky

---

### Značková a obalová politika

Funkce obalu:

- Technická (ochrana zboží)
- Právní (zákonem předepsané informace)
- Hospodářská (dlouhodobá maximalizace zisku)

**Značkové zboží** výsledkem označování výrobku **firemním jménem, znakem a názvem výrobku + barvou a tvarem obalu.**

### Politika služeb pro zákazníky

= záruční lhůty + servis

- před nebo po koupi, technické nebo obchodní, za úplatu nebo bezplatně → pozitivní účinky služeb x náklady na tyto služby



## 2. Cenová politika

---

Klasická x praktická cenová politika

Závisí na **cílech** (maximalizace zisku), **nástrojích** a **údajích** (interních i externích).

Nástroje cenové politiky:

- Ceny
- Rabaty
- Platební podmínky
- Dodací podmínky

Cenová rozhodnutí souvisí buď se **změnou ceny** (změna v nákladech, poptávce, u konkurence) nebo při zavádění nového výrobku na trh (**stanovení ceny**).



## Cenová politika (cena)

---

Principy tvorby ceny:

1. Nákladově orientovaná cena
2. Poptávkově orientovaná cena
3. Konkurenčně orientovaná cena

Strategie cenové politiky:

- a) Nízká x vysoká zaváděcí cena
- b) Strategie rychlého sbírání (vysoká cena, malé množství) x penetrační cena (nízká cena, velké množství)





## Politika prodejních podmínek

---

### **Rabaty**

= sleva z ceny → neplatí pro všechny odběratele stejně  
⇒ Vedou ke snížení netto ceny + zvýšení prodaného množství

### **Dodací podmínky**

= regulují rozsah a časovou stránku povinností, vznikající prodávajícímu v souvislosti s dodávkou (rozsah a termín dodávky, místo předání, převzetí pojišťovacích a přepravních nákladů, právo výměny zboží)

### **Platební podmínky**

= vyjadřují okolnosti úhrady kupní ceny (lhůty splatnosti, skonto, úroky z prodlení, kompenzační obchod, ...)