**T: Marketing 07 maja 2020 r**

Dzisiejszy temat jest baaardzo życiowym tematem – myślę, że bardzo dużo masz własnych doświadczeń
w tym zakresie. Dlatego też, dzisiejszy temat zrealizujemy bardziej praktycznie, ale teoria też jest ważna. Podręcznik str 163 – 167.



Mamy dziś porozmawiać o Marketingu. Jeżeli spytasz swoich rodziców, czy w czasach ich dzieciństwa był marketing to pewnie odpowiedzą Ci, że nie było.

Marketing powstał głównie z powodu dużej produkcji towarów i tym samym problemem z ich sprzedażą. Dlatego też zaczęto produkować to CZEGO POTRZEBUJE klient, ewentualnie KREOWAĆ nowe POTRZEBY u klienta. (np. czy Twoja babcia miała potrzebę 40 lat temu używać maszynki do golenia? – myślę że nie, więc jak widzisz, wykreowano u kobiet potrzebę golenia się)

Podsumowując – Marketingowe działanie firmy, to działanie oparte na potrzebach klienta, bo to gwarantuje firmie sprzedaż wyprodukowanych produktów lub usług.

Marketing ma zestaw 4 narzędzi tzw. Marketing-mix. – str 163.

Marketing – mix to:

* Produkt
* Cena
* Dystrybucja
* Promocja

Tymi czterema narzędziami firma oddziaływuje na klienta, by ten kupił ich produkt., - ustala cenę, stosuje rabaty cenowe, dostarcza produkt w odpowiednim miejscu i czasie oraz promuje swoje produkty.

W poniższej tabeli, przedstawiłam kilka informacji o elementach marketingu-mix oraz zadania dla Ciebie.

W najbliższych dniach zwróć uwagę w domu lub będąc w sklepie (wiem, że to teraz trudne) lub poszukaj w swoich doświadczeniach, wspomnieniach sytuacji, w których miałeś do czynienia z marketingiem.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Marketing-mix | Informacja | Twoje zadanie |
| Produkt | To fizyczny towar lub usługa, myśląc o produkcie mamy na uwadze jego cechy, kształt, przydatność dla klienta, innowacyjność, wyjątkowość - powiązane z nim emocje, estetyka, a także wygląd opakowania.  | - zwróć uwagę na produkty o ciekawych dla Ciebie kształtach, opakowaniu, itp.- zwróć uwagę na opakowania produktów – czasem opakowanie jest o wiele większe niż sam produkt lub jest go wiele warstw, np. kremy do twarzy (folia, pudełko papierowe, sloiczek) |
| Cena | Na jej wysokość wpływają wydatki na promocję, koszty dystrybucji, a także sam produkt - koszt jego wytworzenia, wartość dla nabywców. Firmy ustalają cenę produktu, ale także rabaty cenowe, np. sezonowe obniżki cen. | - poszukaj przykładów rabatów cenowych |
| Dystrybucja | To kanały, jakimi produkt lub usługa docierają do klienta. Pod tym pojęciem może kryć się zarówno lokalizacja sklepów lub punktów usługowych, jak i ułożenie produktów na półkach.Ważnym jest by produkt był dostarczony w odpowiednim dla klienta miejscu i czasie. Np. bombki choinkowe muszą pojawić się w sklepach przed Świetami Bożego Narodzenia, a nie po nich.  | - pomyśl ile osób, samochodów, samolotów jest zaangażowane w transport produktów od producenta do klienta, np. pomyśl o dystrybucji bananów- trzymając w ręku produkt pomyśl ile czasu, ile ludzi, środków transportu było potrzebnych żebyś teraz Ty trzymał ten produkt w ręku |
| Promocja | To narzędzie, którym firmy wpływają na nas klientów byśmy kupili ich produkt. Wykorzystują do tego :* reklama,
* public relations,
* sprzedaż bezpośrednia,
* sponsoring
* promocja sprzedaży. (podręcznik str. 164)

  | - przeczytaj informacje o narzędziach promocji na stronie 164 – tabela-zwróć uwagę, które narzędzia są stosowane wobec Ciebie i gdzie się z nimi spotykasz- zwróć uwagę, że reklama (jak i cała promocja) bardzo silnie chce oddziaływać na nasze zachowania zakupowe, być może dlatego idąc na zakupy kupujemy więcej niż planowaliśmy. |

Myślę, że gdy przez najbliższe dni poobserwujesz ile marketingu-mix spotykamy każdego dnia, pojawi się refleksja że jest to bardzo istotne narzędzie w kreowaniu naszej rzeczywistości.

Z tej lekcji nie oczekuje żadnych Twoich prac do sprawdzenia. Natomiast, jeżeli będziesz chciał/a podzielić się ze mną swoimi obserwacjami (np. zdjecie ciekawego opakowania, kształtu produktu, przykładu promocji cenowej,itp.) to z ciekawością się z nimi zapoznam.

Życzę Ci ciekawych obserwacji „w terenie- wokół siebie” w poszukiwaniu przykładów na istnienie marketingu.