

# BIZNESPLAN 3.65

# Plan marketingowy

Jerzy T. Skrzypek

Kraków 2020



1

- Prezentacja zawiera zasady konstrukcji planu marketingowego

2

- Źródło: książka Biznesplan w 10 krokach

**0 prezentacji**



---

Przypadki

Działalność grabarza

---

Test wiertła

---

Lodówka dla Eskimosa

---

**Sprzedaż a marketing**



Założenia Klienta nie interesuje wysiłek, starania i koszty jakie poniosło przedsiębiorstwo.

---

Klienta interesuje wyłącznie zaspokojenie własnych potrzeb.

---

Warto więc poznać te potrzeby.

---

**Ważne stwierdzenia**



# Definicje

Marketing polega na celowym zaspokajaniu potrzeb klientów za pomocą produktów i usług.

Marketing jest procesem społecznym i zarządczym, dzięki któremu konkretne osoby i grupy otrzymują to, czego potrzebują i pragną osiągnąć poprzez tworzenie, oferowanie i wymianę posiadających wartość produktów (Kotler).

**Peter Drucker:** celem marketingu jest uczynienie sprzedaży rzeczą niepotrzebną. Celem marketingu jest poznanie i zrozumienie klienta tak dobrze aby produkt sprzedawał się sam.....

## Marketing (definicje)



---

## Definicja

Klucz do osiągnięcia celów organizacji leży w określeniu potrzeb i wymagań rynków docelowych oraz dostarczeniu pożądanego zadowolenia w sposób bardziej wydajny i skuteczny niż konkurenci.



---

Obszary      Kto jest klientem i jakie ma potrzeby?

---

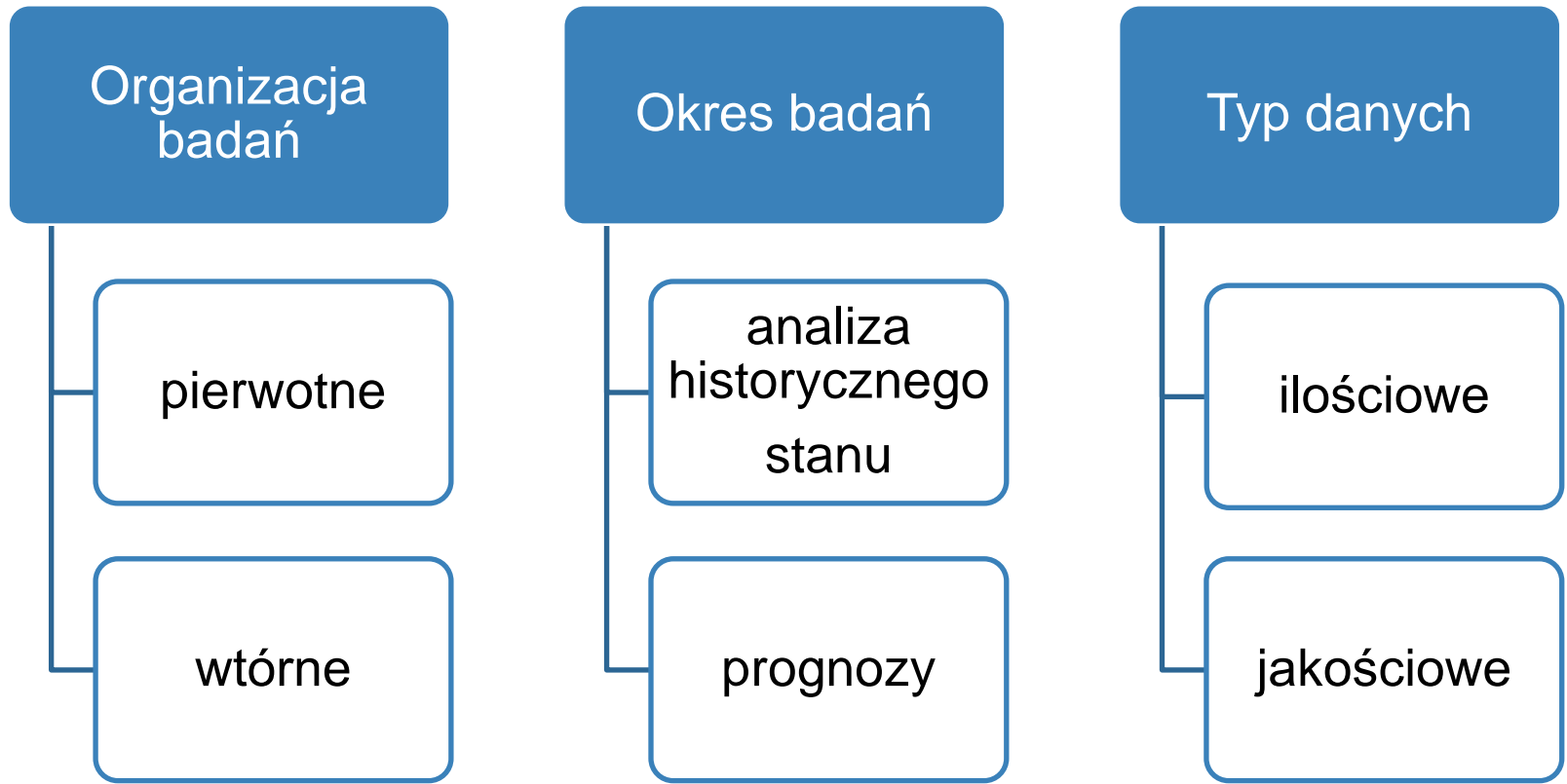
Jak te potrzeby się zmieniają?

---

Jaki jest charakter tych potrzeb?

---





## Narzędzia analizy – badania marketingowe





Produkt

Cena

Promocja i reklama

Kanał dystrybucji

Opakowanie

**Obszary badań (Marketing MIX)**



Uzasadnienie, że produkt, usługa, towar odpowiada na zapotrzebowanie konkretnych klientów

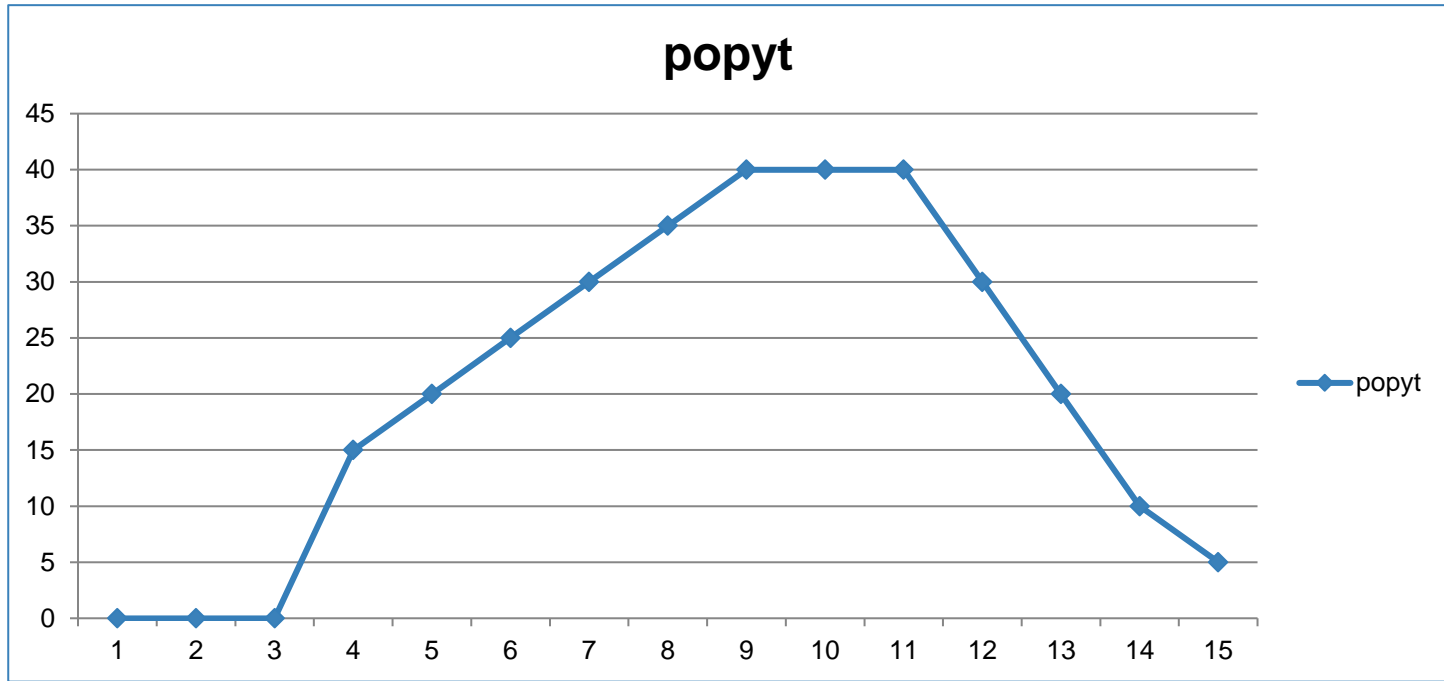
- 1

Rezultat: prognoza sprzedaży

- 2

**Opis produktu, usługi, towaru**





# Krzywa cyklu życia produktu



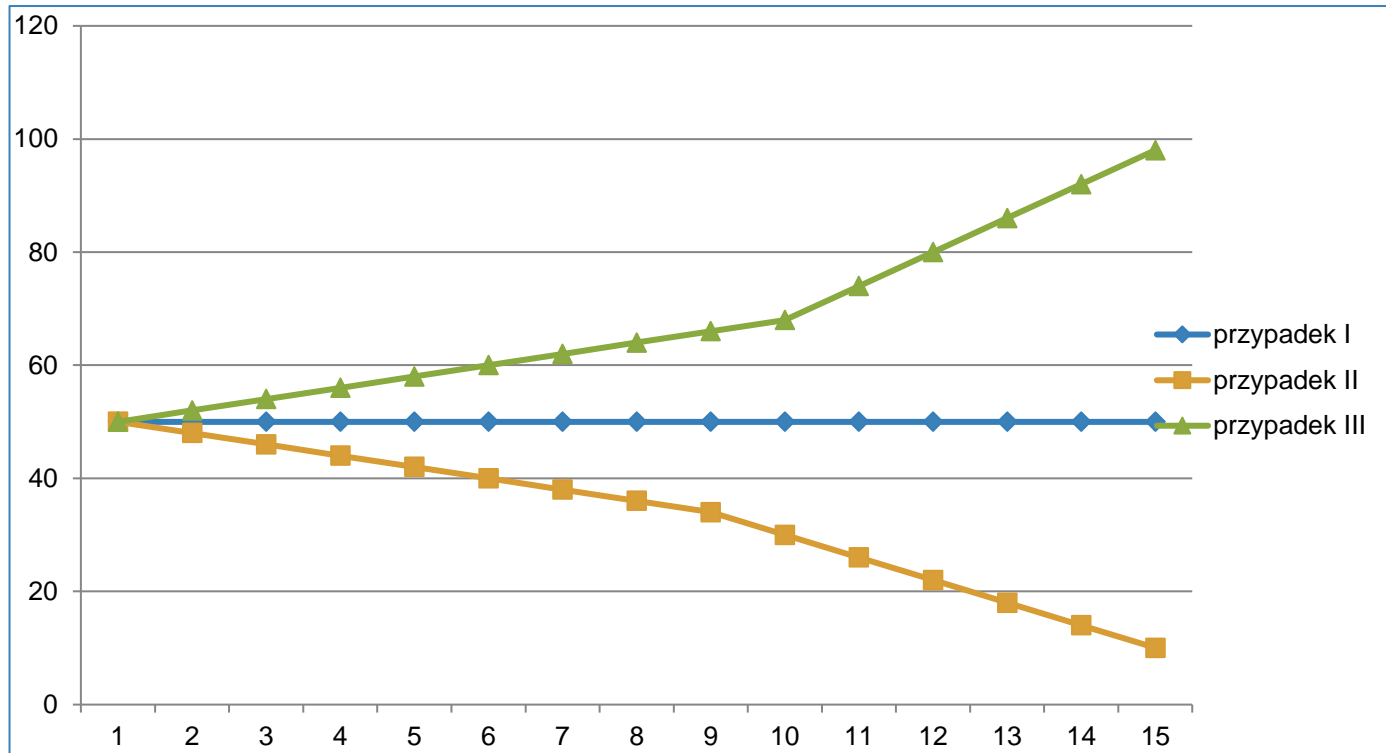
Porównanie z cenami konkurentów

Odniesienie do kosztów produkcji

Reakcja poziomego popytu na poziom  
ceny

**Ceny produktów, usług i towarów**





# Elastyczność cenowa popytu



1

- Analiza skuteczności promocji i reklamy w mediach

2

- Formy reklamy

3

- Sposób prowadzenia działań promocyjnych

## Promocja i reklama



Sposób dystrybucji (zalecam zawsze kanał internetowy)

- 1

Opis czynności dystrybucyjnych (pakowanie, wysyłka, serwis)

- 2

**Kanały dystrybucji**



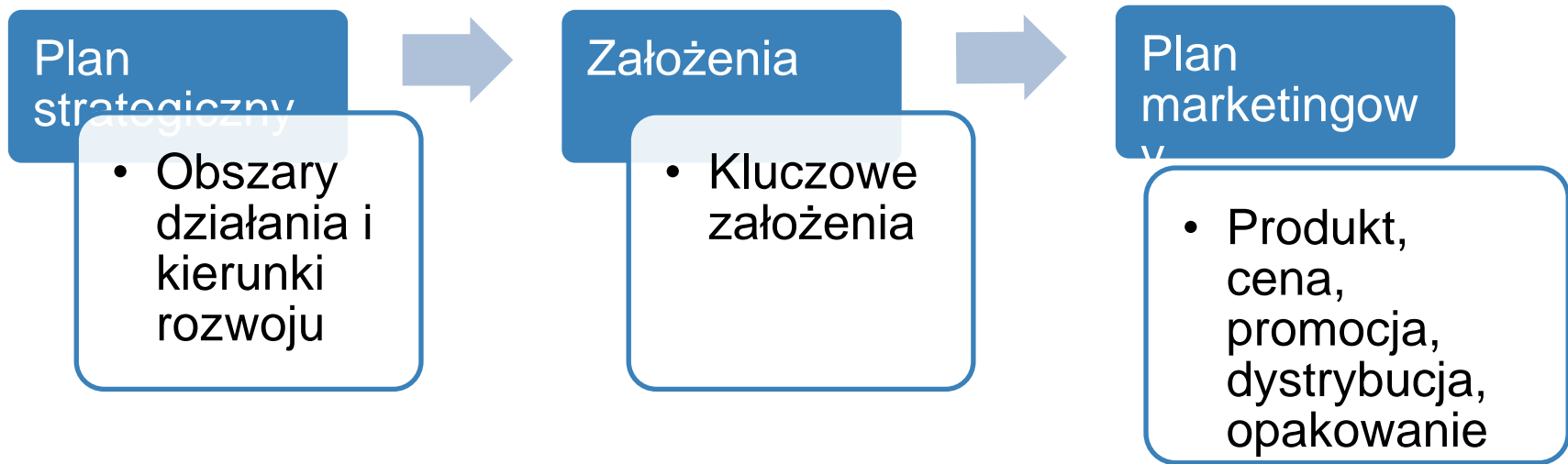
» Steve Jobs: „Książkę ocenia się po okładce”



**Opakowanie (często ważniejsze niż produkt)**







## Plan strategiczny a plan marketingowy



Plan marketingowy



Założenia



Plan techniczny

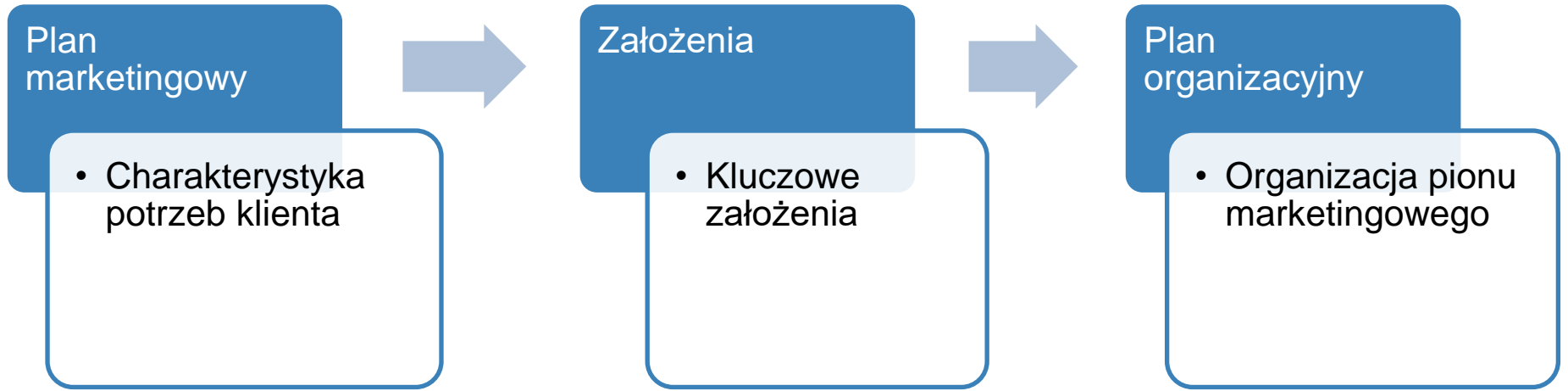
- Charakterystyka potrzeb klienta

- Kluczowe założenia

- Konieczność dostosowania produktu do potrzeb klienta

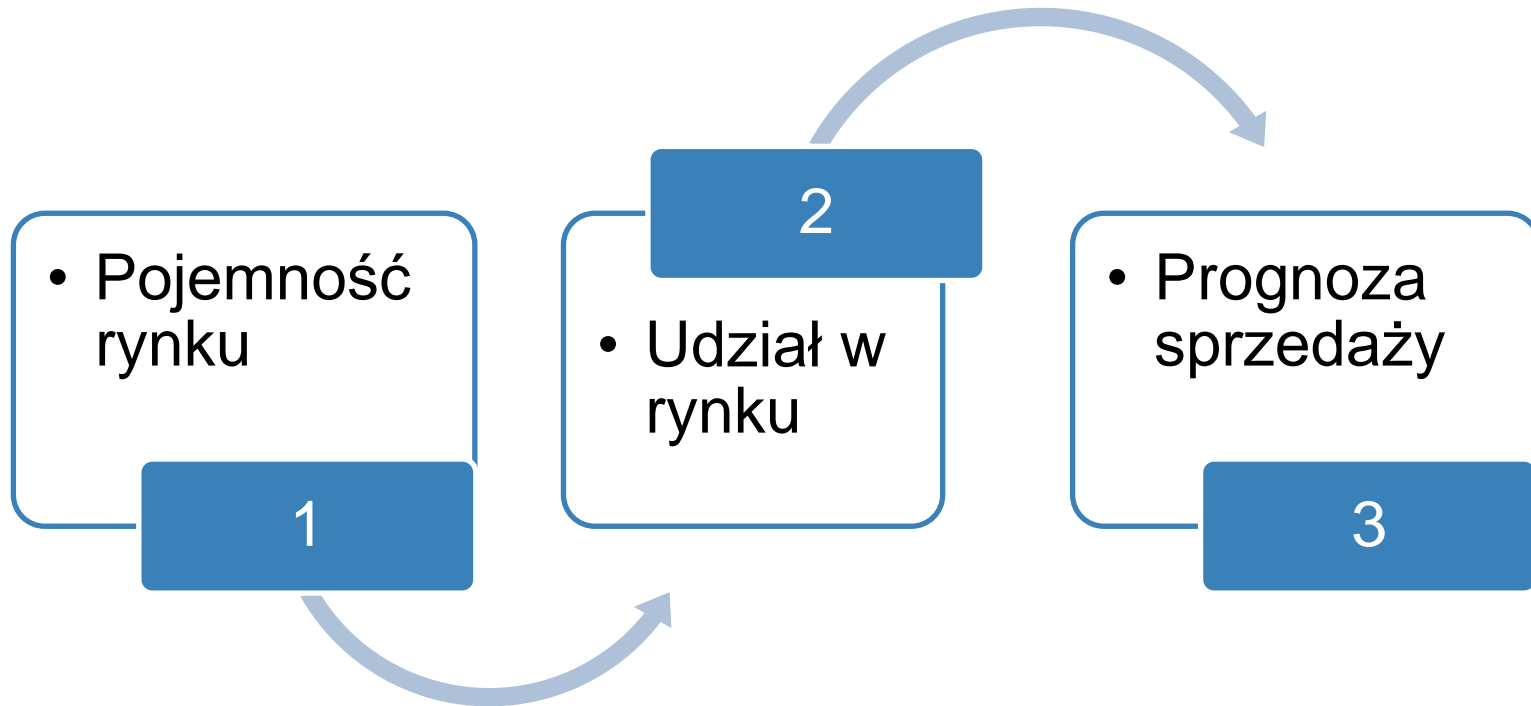
**Plan marketingowy a plan techniczny**





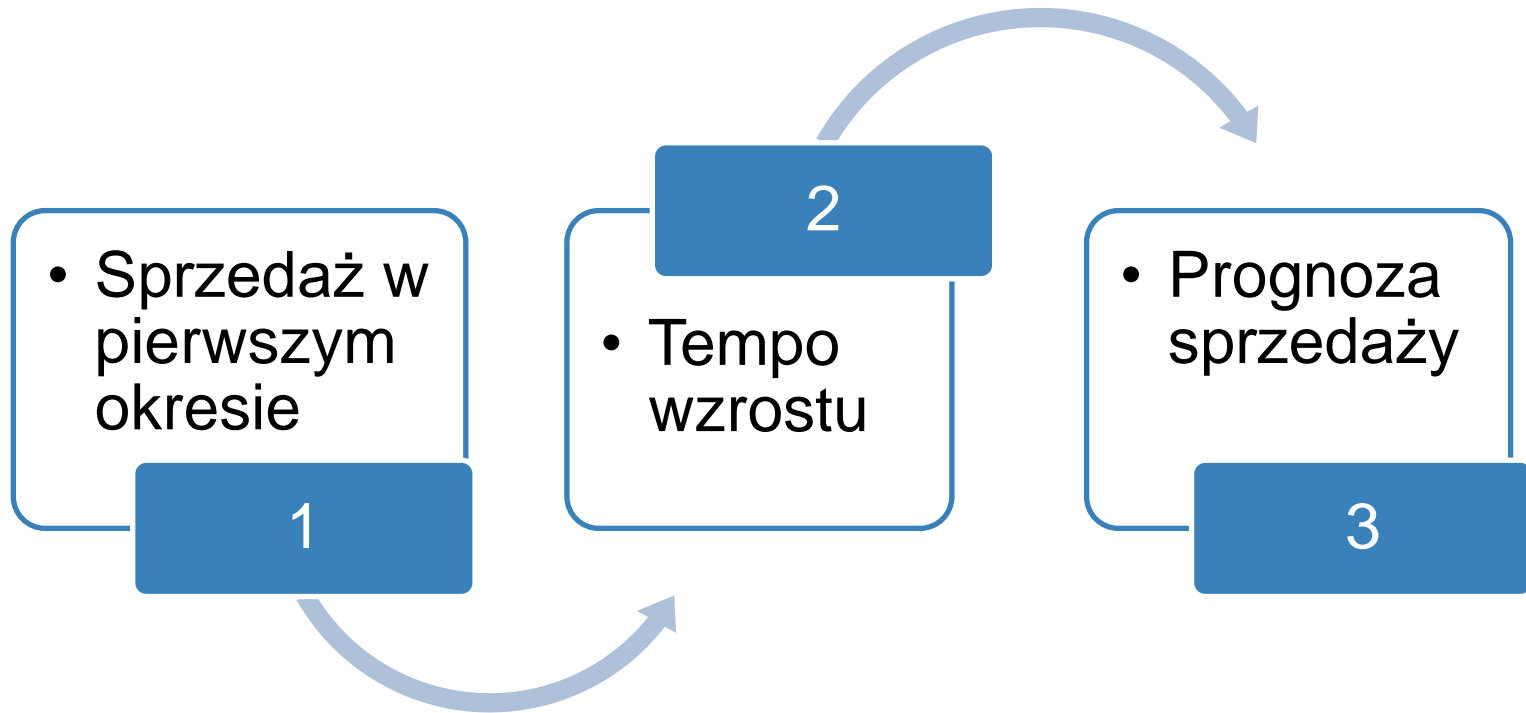
# Plan marketingowy a plan organizacyjny





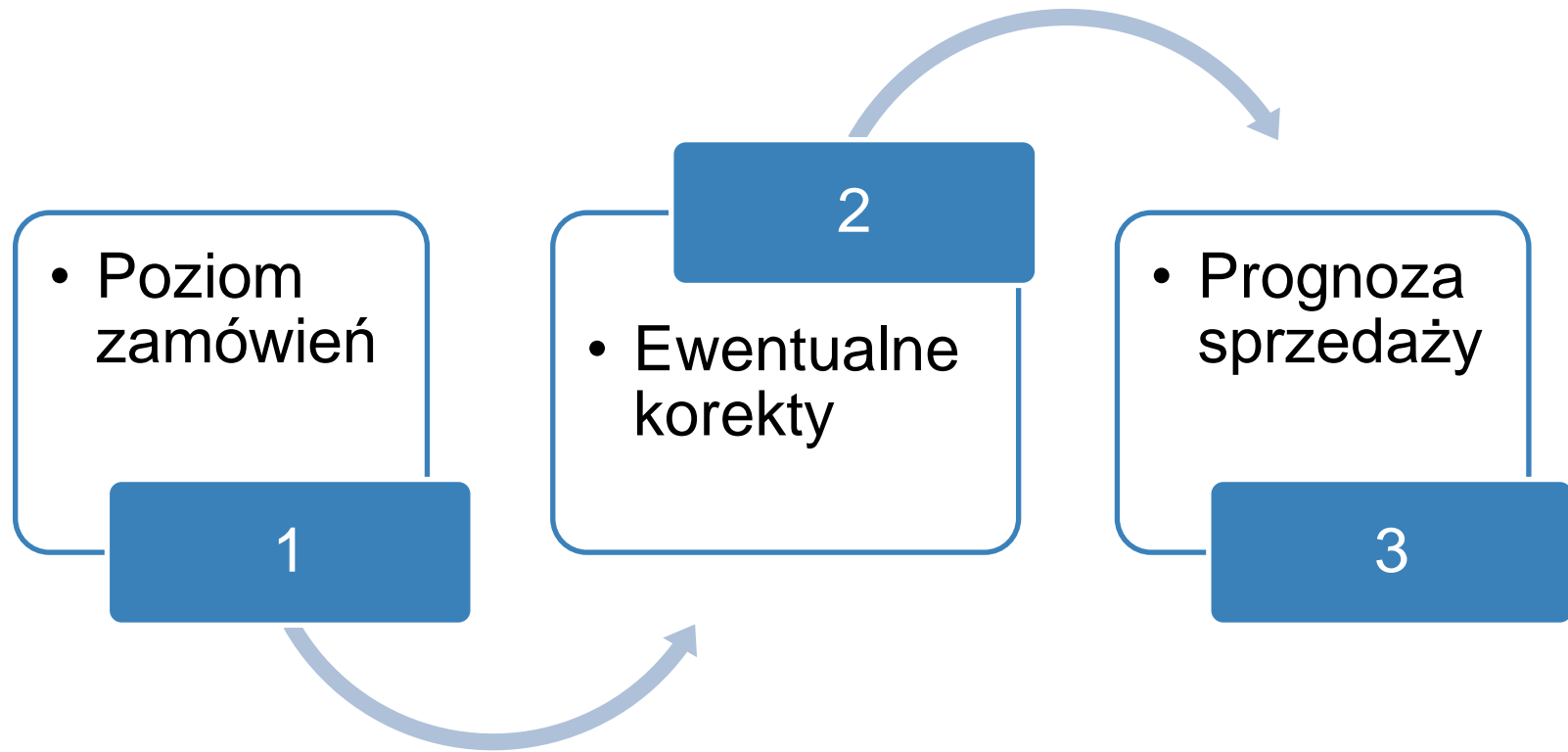
## Poziom sprzedaży – Model I





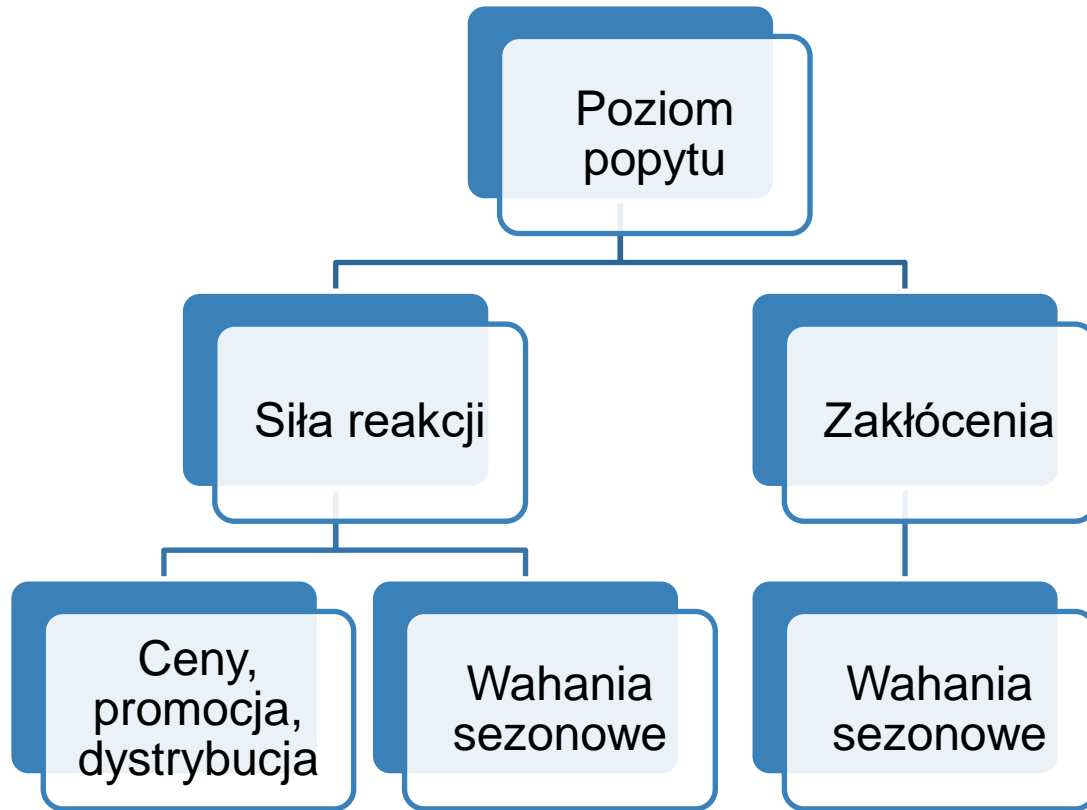
## Poziom sprzedaży – Model II





## Poziom sprzedaży – Model III





**Ważne czynniki**



<b>Założenia</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
pojemność rynku [szt.]	2500	3000	4000	4200	4400
udział w rynku [%]	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%
prognoza sprzedaży [szt.]	250	300	400	420	440
cena [zł.]	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
<b>przychódze sprzedaży [zł.]</b>	<b>3000,00</b>	<b>3600,00</b>	<b>4800,00</b>	<b>5040,00</b>	<b>5280,00</b>
koszty promocji [zł.]	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
koszty dystrybucji [zł.]	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
koszty opakowań [zł.]	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00
<b>koszty działalności operacyjnej [zł.]</b>	<b>1550,00</b>	<b>1550,00</b>	<b>1550,00</b>	<b>1550,00</b>	<b>1550,00</b>

## Założenia do planu finansowego





1. Cele w sferze marketingowej

- Opisanie celow strategicznych dotyczących sfery marketingowej

2. Analiza rynku

- Wyniki analizy potrzeb klienta

3. Mieszanka marketingowa

- Charakterystyka 5 P

4. Koszty w sferze marketingowej

- Koszty należy wprowadzić do aplikacji PFIN (dane wejściowe/koszty)

5. Plan marketingowy

- Opracowanie rozdziału 6 biznesplanu "Plan marketingowy"

## Zadania do wykonania



**KONIEC PREZENTACJI**

