STP + tvorba produktu

SLEZSKÁ UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ FAKULTA V KARVINÉ

Ing. Daniel Kvíčala, Ph.D.

Obsah

SLEZSKÁ UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ FAKULTA V KARVINÉ

- STP - Segmentace, Targeting, Positioning
- Týmový úkol 3 body

STP (Segmentace, Targeting, Positioning)

SLEZSKÁ UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ FAKULTA V KARVINÉ

1. Segmentace:

- Segmentace je proces rozdělení trhu na menší skupiny lidí, kteří mají podobné vlastnosti nebo potřeby.

2. Targeting:

- Cílení je výběr jedné nebo více skupin (segmentů), na které se zaměříte.

3. Positioning:

- Positioning je způsob, jakým chcete, aby vaši zákazníci vnímali váš produkt nebo službu.

Příklad z praxe - Nike

SLEZSKÁ UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ FAKULTA V KARVINÉ

Segmentace:

- Demografická segmentace: Nike rozděluje trh podle věku, pohlaví, sportovních zájmů a úrovně aktivity.
- Psychografická segmentace: Zaměřuje se na lidi, kteří mají aktivní životní styl a touhu po zlepšení svých sportovních výkonů.

Targeting:

- Nike používá diferencovaný marketing a nabízí různé produkty pro různé sporty (běh, basketbal, fotbal atd.). Jejich kampaně často cílí na mladé sportovce a sportovní nadšence.

Positioning:

- Nike je jako značka, která inspiruje sportovní výkon a osobní zlepšení. Jejich slogan “Just Do It” podporuje mentalitu překonávání překážek a dosahování cílů.

Úkol - 3 body

SLEZSKÁ UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ FAKULTA V KARVINÉ

Vytvořte nový produkt pro cestovní kancelář.

Produkt dělejte na míru **jednomu** z těchto segmentů:

1. Bitcoinoví miliardáři
2. Low-cost svobodní otcové
3. Pubertáci se zlatou kartou od rodičů

V rámci úkolu popište?

a) Jaké jsou potřeby zákazníků?
b) Doba trvání
c) Cílová destinace
d) Aktivity v rámci zájezdu – konkrétně
e) V čem se zájezd liší oproti aktuálním nabídkám pro danou cílovou skupinu?
f) Jaký bude slogan pro tento produkt?

ITS OVER
ITS FINALLY OVER