

Marketing Mix produktów regionalnych

**Projekt jest współfinansowany
przez Komisję Europejską w ramach programu Erasmus +**

Publikacja odzwierciedla jedynie stanowisko autora. Komisja Europejska ani Narodowa Agencja nie ponoszą odpowiedzialności za umieszczoną w niej zawartość merytoryczną ani za sposób wykorzystania zawartych w niej informacji



Marketing MIX produktów regionalnych

Marketing regionalny produktów lokalnych

W procesie budowania przekonania konsumentów o atrakcyjności oferty istotną rolę odgrywają instrumenty gwarantowania wysokiej jakości produktu, w szczególności oznaczenia jakości i systemy certyfikacji.



Marketing MIX produktów regionalnych

Marketing regionalny

Marketing miejsc – zwany także **terytorialnym** – ma na celu stworzenie pozytywnego wizerunku miast, gmin, województw, a nawet całych państw. W ten sposób buduje się atrakcyjność w oczach inwestorów, podnosi satysfakcję mieszkańców, a także zachęca konkretne grupy do wynajęcia bądź kupna mieszkania właśnie w tym konkretnym miejscu. Niekiedy marketing miejsc może być próbą zmiany przyjętej – zazwyczaj niepocholebnej – opinii o mieście.



Marketing MIX produktów regionalnych

- Należy pamiętać, że właściwy marketing terytorialny pozwala nie tylko wykreować wizerunek miasta. Działania promocyjne są w stanie zmienić zachowania jego mieszkańców. Przykład? Tworząc kampanię promującą przyjazny i tolerancyjny charakter miasta, możliwe jest zwiększenie odsetka osób przejawiających te postawy. Z kolei zwrócenie uwagi na miejsca dotąd zapomniane, pozwala zmieniać percepcję ludzi, przypominając im o starówce, parkach, a nawet samej historii miasta.



Erasmus+

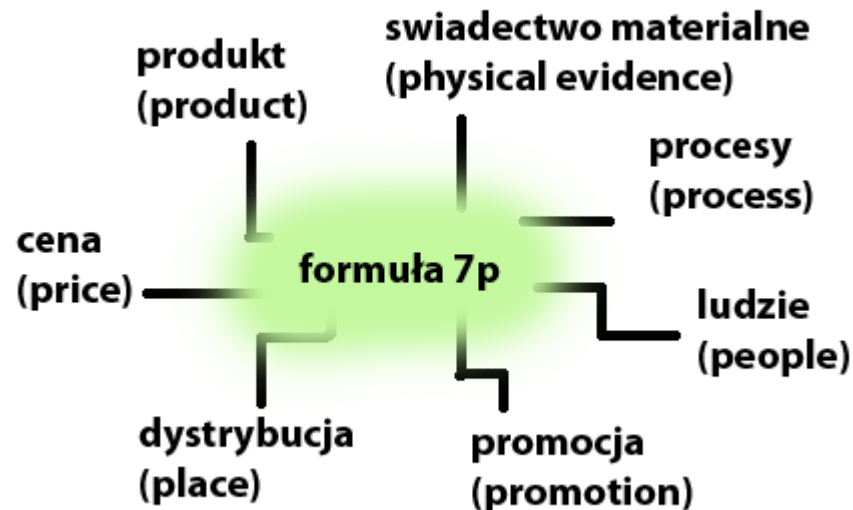
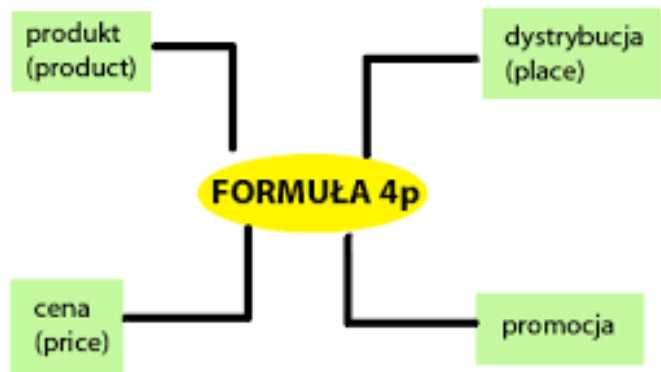


Marketing mix produktów regionalnych

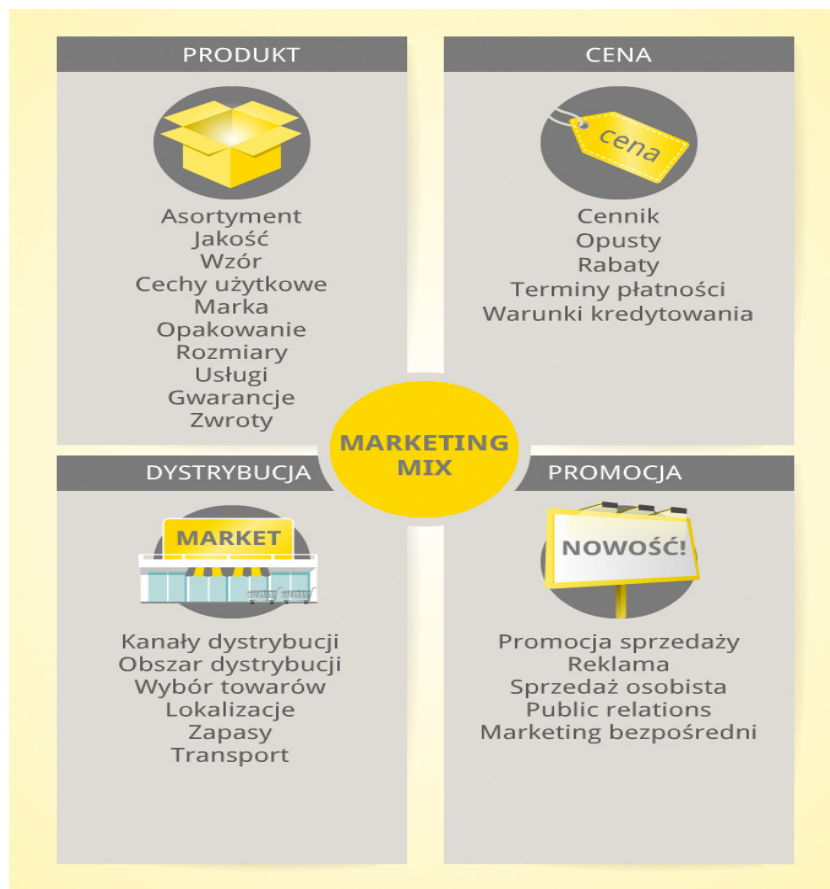
Marketing mix
zespół instrumentów za pomocą których
możemy oddziaływać na rynek



Marketing mix produktów regionalnych



Marketing mix produktów regionalnych



Marketing mix produktów regionalnych

- **PRODUKT** – jest to wszystko to, co przeznaczamy na wymianę, towary, usługi, przedsięwzięcia, projekty, miasta, gminy, itd. Jest to suma jego atrybutów mająca na celu zdolność zaspokajania potrzeb.



Marketing mix produktów regionalnych

Cena jest to ważny element konkurencji przedsiębiorstwa, ustalana jest na podstawie kosztów produkcji, pewnego procentu zysku oraz oczekiwań konsumentów, które oparte są na przesłankach subiektywnych. Cena w zasadzie jest kategorią ściśle ekonomiczną, jednakże na jej poziom wpływają także czynniki psychologiczne. Każde przedsiębiorstwo, przy ustalaniu poziomu cen, musi wziąć pod uwagę ceny konkurentów i poziom ceny



Marketing mix produktów regionalnych

Tańszy czy droższy

100 zł - 200 zł - 300 zł



Marketing mix produktów regionalnych

Podając cenę powinniśmy trzymać się zasad:

- Jeśli cena wydaje nam się **bardzo wysoka**, nie wolno w jakikolwiek sposób usprawiedliwiać jej poziomu.

Cena jest taka jaka jest i tyle

- Także ceny bardzo niskiej nie należy usprawiedliwiać, bo klient może podejrzewać niską jakość towaru.
- Jeżeli cena jest okazyjna, bo dany produkt jest np. objęty promocją – przeciwnie do poprzednich przypadków – należy ten fakt podkreślać

Ludzie bardzo lubią łapać okazje



Marketing mix produktów regionalnych

Place (miejsce, dystrybucja) - 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. W przypadku e-commerce ważne są m.in. dostępne sposoby płatności (im więcej, tym lepiej) oraz warunki przesyłki - czas i k.

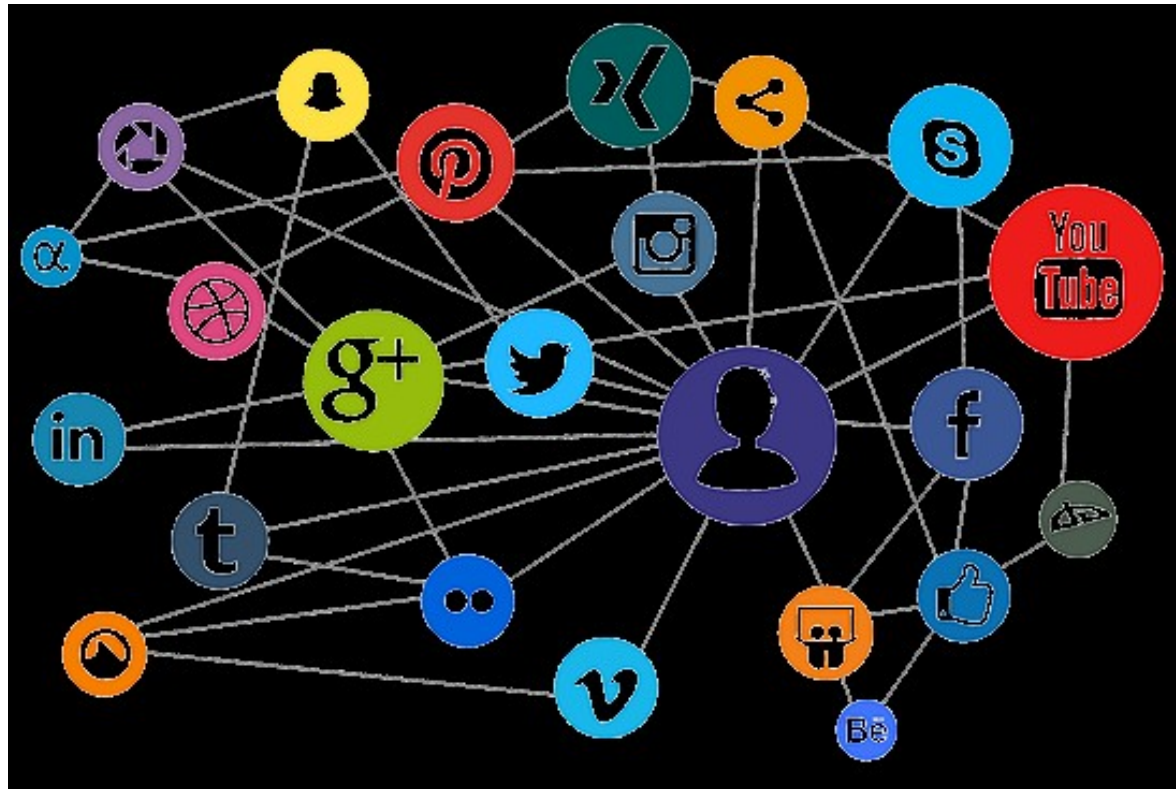


Marketing mix produktów regionalnych

Media społecznościowe



Marketing mix produktów regionalnych



Marketing mix produktów regionalnych

Promocja (promotion) - element, który jest przez wielu mylnie utożsamiany z marketingiem, z pominięciem omawianych wyżej elementów. W pojęciu tym mieszczą się m.in.: reklama tradycyjna, reklama internetowa, public relations, sprzedaż bezpośrednia. To temat rzeka, bowiem technik reklamowych jest mnóstwo,



Marketing mix produktów regionalnych

- festyny
- wystawy
- jarmarki
- LGD
- stowarzyszenia
- grupy producenckie
- dożynki
- targi
- i inne



Marketing mix produktów regionalnych

Ludzie (people) - czynnik ludzki jest w dobie informacji niezwykle istotny, także w działaniach marketingowych, takich jak marketing mix. We współczesnym marketingu pojawiła się koncepcja Consument Experience Management (zarządzanie doświadczeniem, wrażeniami konsumenta, skrót: CXM), w którym dla jakości obsługi niezwykle ważny jest człowiek



Marketing mix produktów regionalnych

Świadectwo materialne (physical evidence) - nieco rozmyta kategoria. W zasadzie to wszystko, co kojarzy się konsumentowi z marką. Można więc tam wrzucić jego wrażenia, jakie zostały po skorzystaniu z danej usług - pozytywne, obojętne lub negatywne. Można też wymienić cały zespół znaków graficznych, kolorystyk i haseł, które w masowej świadomości są utożsamiane z konkretną marką. Do katalogu zalicza się też jakość wykonania produktu, najbardziej trwałe i widoczny znak

Marketing mix produktów regionalnych

- budynek firmy
- stoisko
- wygląd sprzedawcy
- estetyka
- i inne



Marketing mix produktów regionalnych

Proces (process) - procesy wewnątrz organizacji. Pojęcie to odnosi się przede wszystkim do usług - do tego, w jaki sposób są realizowane. Na przykład w eleganckiej restauracji może to być miłe powitanie przez obsługę, zabranie okryć wierzchnich, a następnie efektowne zaprezentowanie karty dań i napojów. Istnieją firmy, które ograniczają wydatki na inne narzędzia marketingu - takie jak promocja - wszystkie siły kierując właśnie na proces i, siłą rzeczy, na ludzi. Z takiej strategii znana jest popularna sieć kawiarni Starbucks, dla której najważniejsze jest jednostkowe doświadczenie konsumenta.

Marketing mix produktów regionalnych



Marketing mix produktów regionalnych

Dziękuję za uwagę

Marek Dowgiert
e-mail; marketing@jaskolka.net
marekdowgiert@wp.pl