

Założenia case	Temat	<b>Skuteczny marketing wyjątkowego produktu</b>	
	Kluczowy przekaz historii	Strategia marketingowa musi być dostosowana do produktu i stanowi ważny element sukcesu biznesowego.	
	Czas trwania	do 15 minut	
	Przebieg zajęć	Zapoznanie się ze studium przypadku, identyfikacja problemu/wyzwania, dyskusja i omówienie rozwiązania.	
	Dodatkowe materiały	-	
Zgodność z podstawą programową	Dział treści nauczania	ZR V. Przedsiębiorstwo	
	Cele kształcenia – wymagania ogólne	Wiedza	ZR I.9. Pogłębione rozumienie zasad prowadzenia działalności gospodarczej, w tym zależności między ryzykiem, innowacyjnością, konkurencyjnością i zyskownością.
		Umiejętności i stosowanie wiedzy w praktyce	ZR II.14. Stosowanie instrumentów marketingowych w planowanym przedsięwzięciu biznesowym lub społecznym.
		Kształtowanie postaw	ZR III.9. Docenianie znaczenia zasobów niematerialnych, w tym własności intelektualnej, w tworzeniu i rozwoju przedsięwzięcia biznesowego lub społecznego.
Wymagania szczegółowe	<p>ZR V.2. Przedsiębiorstwo - uczeń: znajduje pomysł na własne przedsięwzięcie biznesowe lub społeczne, wykorzystując zebrane dane rynkowe (w tym: wielkość rynku, strukturę konkurencji i klientów lub beneficjentów) i wskazując sposoby wyróżnienia się na...</p> <p>ZR V.4. Przedsiębiorstwo - uczeń: opracowuje w zespole biznesplan przedsięwzięcia, zachowując jego właściwą strukturę.</p> <p>ZR V.7. Przedsiębiorstwo - uczeń: na podstawie zgromadzonych informacji opracowuje profil klienta lub beneficjenta docelowego i podaje ich podstawowe charakterystyki.</p> <p>ZR V.19. Przedsiębiorstwo - uczeń: charakteryzuje główne instrumenty marketingowe, wyjaśnia ich rolę i projektuje działania marketingowe w planowanym przedsięwzięciu biznesowym lub społecznym.</p>		

**Opis zdarzenia:**

- **Tło (np. opis firmy, produktu, zdarzeń)**

Niewielka firma produkująca miody, która istnieje na rynku polskim od kilkunastu lat, chciała rozpocząć sprzedaż nowego produktu. Jest nim innowacyjny miód o szczególnych właściwościach zdrowotnych. Produkcja miodu jest procesem złożonym i kosztownym przez co jego cena wynosi około 340 zł/100 g i jest znacząco wyższa od ceny standardowego miodu wielokwiatowego wynoszącej dla porównania około 45 zł/100 g.

- **Problem/wyzwanie (np. co się wydarzyło, jaki jest problem, jakie wyzwanie stoi przed przedsiębiorstwem/bohaterami)**

Firma musiała opracować strategię sprzedaży produktu na rynku. Wyzwanie stanowiła jednak wysoka cena przez co zostały podjęte szeroko zakrojone działania z zakresu przygotowania marketingu.

- **Działania przyjęte przez firmę/bohatera (efekt)**

Firma zorientowała sprzedaż na osoby o wysokich dochodach i zaplanowała działania marketingowe zorientowane na tę grupę. Produkt został oznakowany jako premium i jest sprzedawany w sklepach, które prowadzą dystrybucję takiej żywności. Podjęto również decyzję o prowadzeniu sprzedaży jedynie w dużych miastach, gdzie konsumenci są bardziej skłonni do sięgania po produkty tego rodzaju. Treści marketingowe podkreślają wysoką jakość produktu i jego właściwości zdrowotne, a sam miód posiada atrakcyjne opakowanie, które jest adekwatne do marek premium. Reklama jest skierowana do wąskiego grona osób o określonym poziomie dochodu, co pozwoliło na jej stosunkowo niskie koszty i wysoką efektywność. Firma cały czas istnieje na rynku, a zaplanowane działania sprawdzają się w praktyce.

#### Pytania pomocnicze do dyskusji

- Czy uczniowie widzą potencjał rynkowy w takim produkcie?
- Kiedy uczniowie sami dokonaliby zakupu takiego produktu, jakie warunki np. dochodowe musieliby spełnić?
- Czy firma powinna zwrócić uwagę na to jak będzie zapakowany tak drogi produkt, czy nie będzie to miało wpływu na sprzedaż?
- Do jakiej grupy klientów powinna skierować się firma?
- Jaki powinien być wydźwięk reklam firmy?

**Materiał przygotowany przez Fundację Warszawski Instytut Bankowości w ramach projektu wspierającego wdrażanie przedmiotu biznes i zarządzanie.**