KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS

MARKETINGO KATEDRA

**NAUJOS PREKĖS “TIMEIT”**

**ĮVEDIMO Į RINKĄ MARKETINGO SPRENDIMAI**

Grupinis projektas

Marketingas (S191B017)

**Atliko:** IFF-4/1 grupės studentai  
Karolina Jašauskaitė

Matas Balčaitis

Lukas Raila

Žygimantas Skinkys

**Priėmė:**

##### KAUNAS, 2017

TURINYS

ĮVADAS 3

1. Prekės “TimeIT” aprašymas 4

2. Aplinkos ir rinkos analizė 4

3. Segmentavimas ir tikslinio segmento pasirinkimas 8

4. Prekės pozicionavimas 9

5. SSGG analizė 9

6. Marketingo sprendimai 10

6.1. Prekės (paslaugos ar produkto) sprendimai 10

6.2. Kainodaros sprendimai 11

6.3. Paskirstymo ir/ar pateikimo sprendimai 11

6.4. Rėmimo sprendimai 11

IŠVADOS 11

LITERATŪROS SĄRAŠAS 11

# ĮVADAS

Šio darbo tikslas modeliuojant realias verslo situacijas parengti naujos prekės įvedimo į rinką planą. Rengiant naujos prekės įvedimo į rinką planą reikės sukurti naują prekę, įvertinti jos galimybės rinkoje, vystyti vertės pasiūlymą vartotojams, parinkti prekės kainą ir pardavimo vietą ir priimti komunikacijos sprendimus.

**Uždaviniai:**

# Prekės “TimeIT” aprašymas

“TimeIT” yra visiškai naujas metodas laiko matavimui darbo metu. Tai taisyklingo iškylaus briaunainio formos ( tetraedras, kubas, oktaedras, dodekaedras ar ikosaedras) prietaisas, kurį vartant matuojamas laikas. Kiekvieną briaunainio sieną vartotojas priskiria vis kitam veiksmui, kurio laiką matuos, kai siena atverčiama į viršų pradedamas skaičiuoti jai priskirto veiksmo atlikimo laikas. “TimeIT” briaunainis yra susietas su internetine svetaine, kurioje galima matyti darbo laikų ataskaitas, ir redaguoti briaunainių sienų reikšmes.



Pav. 1 Galimos gaminio formos

Šios prekės privalumas, kad ne taip kaip kiti laiko matavimo metodai, neužima daug laiko, ir yra daiktas ant jūsų stalo, o ne aplikacija kompiuteryje. “TimeIT” tikslas ne pakeisti jau esančius laiko matavimo metodus, o priartinti juos prie vartotojo.

“TimeIT” orientuojasi į žmones, kuriems laiko matavimas yra kasdienis užsiėmimas, tai dažniausiai yra laisvai samdomi, projektiniai darbuotojai ar nepriklausomi ekspertai.

# Aplinkos ir rinkos analizė

### Makroaplinkos veiksnių analizė

### Ekonominė aplinka

Lentelė 1 Ekonominės aplinkos veiksnių analizė

|  |  |
| --- | --- |
| Makroaplinkos veiksnys | Įtaka “Timelt” prekei |
| Mažėjantis nedarbo lygis | Didėja užimtų ir laisvų darbo vietų skaičius. Tai gali lemti padidėjusį poreikį pažangioms darbo priemonėms. |
| Didėja Freelancer’ių skaičius | Freelancer’ių skaičius auga sparčiau nei tradicinių darbuotojų visoje Europoje. Tai lemia didesnį poreikį darbo laiko skaičiavimo įrankiams. |
| Darbo užmokesčio augimas | Tiek privataus tiek ir valstybės sektoriaus darbo užmokestis sistemingai auga. Tai lemia didesnę perkamąją galią ir poreikį tiksliau skaičiuoti darbo valandas. |

Lietuvos statistikos departamento duomenimis nedarbo lygis 2016 m. antrąjį ketvirtį Lietuvoje, palyginus su antruoju 2015 m. ketvirčiu buvo 1,4 proc. punkto didesnis. Šis pokytis patvirtina kad, nedarbo lygis Lietuvoje tendencingai mažėja. Mažesnis nedarbo lygis taip pat prisideda ir prie vidutinio darbo užmokesčio augimo. Vidutinis mėnesinis bruto darbo užmokestis, šalies ūkyje (be individualių įmonių) 2016 m. pirmąjį ketvirtį buvo 748 eurų, o ketvirtąjį ketvirtį jau 822,8 eurų.

### Socialinė - kultūrinė (demografinė) aplinka

Lentelė 2 Socialinės-kultūrinės (demografinės) aplinkos veiksnių analizė

|  |  |
| --- | --- |
| Makroaplinkos veiksnys | Įtaka “Timelt” prekei |
| Žmonių požiūris į savo laiką | žmonės vis labiau brangina savo laiką, todėl ieško įvairių būdų sekti kaip praleidžia savo laiką |

### Mokslinė - technologinė aplinka

Lentelė 3 Mokslinės – technologinės aplinkos veiksnių analizė

|  |  |
| --- | --- |
| Makroaplinkos veiksnys | Įtaka “Timelt” prekei |
| Pingančios technologijos | Pingant technologijoms galima prekę pagaminti pigiau(3D spausdintuvai) |
| Technologijų pažanga | Tobulėjant technologijoms, jos užima vis didesnę vietą žmonių gyvenime lengvindamos kasdieninį gyvenimą |

### Gamtos aplinka

Lentelė 4 Gamtinės aplinkos veiksnių analizė

|  |  |
| --- | --- |
| Makroaplinkos veiksnys | Įtaka “Timelt” prekei |
| Perdirbamos medžiagos | galima panaudoti perdirbtą plastiką, taip atpiginant prekę |

### Konkurentų analizė

### „Evernote“ android aplikacija

Lentelė 5 “Evernote” mobiliosios aplikacijos analizė

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Kaina** | **Pranašumai** | **Trūkumai** | **Palyginimas** |
| Basic nemokamas,  Plus 29,99Eur/metams,  Premium 59,99/metams,  Business 120 eur/metams | * Užrašus galima matyti tiek per app‘są, tiek per web‘ą. * Privatumas: galima uždėti kodą, kad kiti negalėtų pažiūrėti jūsų užrašų. * Mokamose versijos galima sinchronizuoti tarp kelių įrenginių. | * Nemokamos versijos funkcionalumas yra labai ribotas. * Daug nusiskundimų programėlės atnaujinimais. * Reikia nemažai laiko perprasti kaip reikia naudotis. * Nemokamoj versijoj reikia interneto ryšio, kad galėtum pamatyti savo užrašus * Neturi konkretaus užduočių laiko sekimo | „Evernote“ turi daug funkcijų, tačiau jas visas perprasti reikia laiko ir neturi galimybės realiu laiku sekti užduočių laiko. |

### „Toggl“ Sistema

Lentelė 6 “Toggl” sistemos analizė

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Konkurentas** | **Pranašumai** | **Trūkumai** | **Palyginimas** |
| FREE nemokamas,  STARTER 9 e ur/metams,  PREMIUM 18 eur/metams,  ENTERPRICE 49 eur/metams | * Susieta paslauga mobiliuosiuose ir kompiuteryje. * WEB aplikacija. * Neribotas projektų skaičius. * Pateikiamos ataskaitos atskiriems laikotarpiams. * Vartotojus galima skirstyti į komandas, kurios vykdo skirtingus projektus. | * Sudėtingas didelių projektų administravimas * Sudėtingas projektų/užduočių keitimas naudojant plugin’us. * Vienam žmogui sekant savo darbo laiką pateikiama daug nereikalingų funkcijų. | “Toggl” pritaikytas didelių projektų vykdymui kompanijose, kurios turi poreikį administruoti daug komandų. Nemokamos versijos užtenka nedideliems projektams, ar pavienių darbuotojų poreikiams. |

### „MyHours“ Sistema

Lentelė 7 “MyHours” sistemos analizė

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Konkurentas** | **Pranašumai** | **Trūkumai** | **Palyginimas** |
| FREE nemokamas,  PRO 3$/mėnesiui,  už papildomą žmogų 2$/mėnesiui | * Galimybė naudotis tiek kompiuterio naršyklėje, tiek mobiliajame įrenginyje. * Vienu paspaudimu galima paleisti ar stabdyti laikmatį, pakeisti įvykį, kurį seki. * Sukauptus duomenis apie laiką galima paversti į sąskaitą klientui. * Galima lengvai patvirtinti, redaguoti arba pašalinti įrašus. * Mokamoje versijoje - galimybė dirbti prie komandinių projektų. | * Neturi fizinio įrenginio, kurio būtų galima paleisti ar stabdyti laikmatį, pakeisti įvykį, kurį seki. * Papildomas funkcionalumas prieinamas tik mokamoje versijoje. | Norint sekti laiką su „MyHours“ būtina turėti priėjimą prie kompiuterio arba mobiliojo įrenginio. Sąskaitų išrašymo integravimas turėti pritraukti klientus, kurie dirba kaip „freelanceriai“ . Norint dirbti komandoje būtina mokama versija. |

### „Google calendars“ Sistema

Lentelė 8 “Google calendars” sistemos analizė

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Konkurentas** | **Pranašumai** | **Trūkumai** | **Palyginimas** |
| FREE nemokamas,  BASIC 4$/mėnesiui,  Business 2$/mėnesiui | * Galimybė naudotis bet kokiame išmaniajame prietaise. * Lengva koreguoti įrašus. * Lengvai suformuojamos ataskaitos spausdinimui. * Galimybė bendrinti savo įrašus su įmonės. | * Neturi fizinio įrenginio, kurio būtų galima paleisti ar stabdyti laikmatį, pakeisti įvykį, kurį seki. * Papildomas funkcionalumas prieinamas tik mokamoje versijoje. | Google calendars yra šiek tiek kitokio pobūdžio laiko sekimo bei planavimo įrankis. Jis labiau orientuotas į planavimą, tačiau išlaikomas vienodas tikslas – lengviau ir efektyviau panaudoti savo laiką. |

### TimeIT išskirtinumas:

* Galima pritaikyti ir naudoti kartu su kitais laiko sekimo įrankiais, papildant juos.
* Norint sekti savo darbo laiką nereikia šalia turėti išmaniųjų įrenginių, reikia tik “TimeIT”.
* Gali būti pritaikomas įmonėms.

# Segmentavimas ir tikslinio segmento pasirinkimas

### Demografinis kriterijus

* **Išsilavinimas.** Aukštąjį išsilavinimą turintys asmenys arba paskutiniųjų kursų studentai puikiai supranta savo laiko svarbą, turi poreikį per trumpesnį laiką atlikti daugiau naudingo darbo.
* **Laisvai samdomi darbuotojai (Freelancer’iai).** Darbuotojai, kurie gauna valandinį atlyginimą, ir turi sekti kokias užduotis, kokį laiko tarpą atlieka, turi kruopščiai sekti dirbamas valandas.
* **Vidutines/Aukštas pajamas gaunantys asmenys.** Tokių vartotojų pirkimo įpročiai rodo, kad nemažą išlaidų dalį sudaro komforto, o ne pirmos būtinybės prekės.

### Psichografinis kriterijus

* **Savarankiškumas, laiko planavimas.** Žmonės, kurie dirba savarankiškai yra labiau linkę sekti ir planuoti savo laiką.

### Vartotojo elgsena

* **Noras didinti darbo našumą.** Daugelis dirbančių žmonių nori padidinti savo darbo našumą, nes tai gali tiesiogiai daryti įtaką didesniam darbo užmokesčiui.
* **Noras išbandyti inovacijas.** Šiuolaikiniai žmonės labiau linkę surizikuoti ir išbandyti naujus produktus ir paslaugas.
* **Noras naudoti ergonomiškus darbo įrankius.** Vartotojas nori, kad prekė ar produktas kurtų optimalias darbo sąlygas, didintų darbo našumą, saugumą, tausotų žmogaus sveikatą.

### Tikslinis rinkos segmentas:

Vidutines/Aukštas pajamas gaunantys laisvai samdomi darbuotojai (freelancer’iai), norintys gerinti savo darbo našumą, naudojantys ergonomiškus ir inovatyvius darbo įrankius.

# Prekės pozicionavimas

**Pozicionavimo sakinys:**

TimeIT freelancer’iams norintiems gerinti savo darbo našumą, yra SIEKIANTIEMS IR NORINTIEMS SUTAUPYTI LAIKO, tarp visų laiko planavimo ir sekimo priemonių, kadangi yra ergonomiškas, patikimas ir inovatyvus.

# SSGG analizė

SSGG analizė – tai stiprybių (ką subjektas pajėgus atlikti), silpnybių (ko subjektas atlikti negali), galimybių (naudingos sąlygos subjektui) ir grėsmės (nenaudingos sąlygos subjektui) analizė, kuri padeda apžvelgti ir įvertinti savo ir konkurentų veiklą ir esamą padėtį rinkoje.

Lentelė 9 SSGG (stiprybių, silpnybių, galimybių ir grėsmių) analizė

|  |  |
| --- | --- |
| **STIPRYBĖS** | **SILPNYBĖS** |
| * Naujovė rinkoje * Naujausios technilogijos gamyboje * Prieinama kaina * Ergonomiškumas – prisitaikymas vartotojo poreikiams * Nepriklausomas nuo internet ryšio ir kitų išmaniųjų įrenginių * Patikimai matuoja laiką, sumažina netikslumų riziką | * Nežinomas prekės ženklas * Ne visiems vartotojams aktualus produktas, nes laiko matavimo funkciją galima atlikti ir su kitais įrankiais * Pristatymo laikas ilgesnis nei perkant galimybę prisijungti prie sistemos |
| **GALIMYBĖS** | **GRĖSMĖS** |
| * Mažėjantis nedarbo lygis * Didėja freelancer’ių skaičius * Darbo užmokesčio augimas * Geresnis žmonių požiūris į laiko planavimą * Technologijų plėtra ir teigiamas požiūris į jas * Ergonomiškų darbo priemonių populiarėjimas | * Naujų konkurentų atėjimas į rinką * Mokesčių didėjimas * Žinomesnio prekės ženklo pasirinkimas |

**Stipriųjų savybių panaudojimas galimybėms realizuoti** – augant darbo užmokesčiui, didėja darbo valandos vertė, todėl aktualu tiksliai sekti laiką.

**Stipriųjų savybių panaudojimas grėsmėms išvengti** – populiarių prekių ženklų pranašumą neutralizuoja prekės konkurencingumas pagal kainą.

**Silpnųjų savybių neutralizavimas pasinaudojant galimybėmis** – didėjant paklausai reikalinga didesnė pasiūla, taip pat vartotojai norėdami naudoti ne internetinį įrankį, o apčiuopiamą, ergonomišką daiktą, vartotojai išbando ir nežinomus prekės ženklus.

**Pavojingiausios grėsmės prekei** – seniau rinkoje esantys konkurentai gali sukurti ir pasiūlyti vartotojams tokį pat funkcionalumą, ir mažėjant gyventojui skaičiui gali mažėti pasiūla.

# Marketingo sprendimai

## Prekės (paslaugos ar produkto) sprendimai

## Kainodaros sprendimai

## Paskirstymo ir/ar pateikimo sprendimai

Atsižvelgiant į tai, kad prekių paskirstymo kanalo struktūrą lemia vartotojų poreikiai, gamintojo galimybės ir, žinoma, prekės savybės produktui pasirinkome tiesioginę paskirstymo kanalų struktūrą. Toks sprendimas buvo priimtas atsižvelgiant į prekės pliusus ir minusus. “TIMEIT” pagrindinis konkurencingai maža kaina, todėl siekiant išlaikyti kainos pranašumą, buvo pasirinktas tiesioginis paskirstymas.

Tiesioginis paskirstymas, kuris vyksta be jokių tarpininkų, o tai reiškia, kad gamintojas tiesiogiai pasiekia vartotoją, lemia geresnes komunikavimo galimybes su vartotoju. Tiesioginis paskirstymo būdas apsunkina gamintojus dėl sudėtingo masinės gamybos prekių pardavimo, tačiau “TIMEIT” produktas yra pritaikomas kiekvienam vartotojui, turi atitikti individualius vartotojo poreikius, todėl nėra gaminamas masiškai.

Gamintojas

Pardavėjas

Vartotojas

Pav. 2 Paskirstymo kanalų struktūra

Paskirstymo būdas, kuris užtikrintų tinkamą prekių kiekį, tinkamu laiku ir tinkamoje vietoje buvo pasirinktas kurjeriai pristatantys prekes. Priimant tokį sprendimą, buvo atsižvelgta į tai, kad mūsų vartotojų pasiskirstymas nepriklauso nuo miesto ir kaimo vietovių, nes pagrindiniai vartotojai yra freelancer’iai, kurių darbo pobūdis neapsprendžia darbo vietos ir/ar laiko. Toks vartotojų pobūdis lemia labai platų vartotojų pasiskirstymą.

Vertinant vartotojų įpročius ir tendencijas, kurios lemia, kad pirkimas internete vis populiarėja, o mūsų vartotojai domisi naujomis technologijomis ir tendencijomis nusprendėme, kad mūsų prekė bus parduodama internetinėse parduotuvėse. Prekybą pradėsime savo produkto internetinėje svetainėje [www.shop.timeit.com](http://www.shop.timeit.com), ir plėsimės į pasaulinės rinkos internetines parduotuves, tokias kaip Amazon ir Ebay. Prekę norime pardavinėti visame pasaulyje, todėl naudosimės keliais prekybos svetainių domenais tokiais kaip: .co.uk ( Didžiosios Britanijos rinkai), .de ( Vokietijos ir pietų europos rinkai) ir .com (Jungtinių Amerikos Valstijų rinkai). Minėtose internetinėse parduotuvėse, mūsų prekė turės būti talpinama kategorijose, kurios susijusios su elektronika, technologijomis ir IoT ( Internet of Things – daiktų internetas).

Prekės logistikos sistema gana paprasta. Užsakymai gaunami partnerių, internetinių parduotuvių, sistemose, per kurias gauname užsakymus. Sandėliavimas vyksta įmonės patalpose. Prekių pristatymui ir pervežimui naudojamasi siuntų tarnybomis, tokiomis kaip DPD ar SST.

## Rėmimo sprendimai

Komunikacijos tikslai:

* Supažindinimas – siekiame supažindinti vartotojus su naujai pasirodžiusiu įrankiu bei paskatinti juo naudotis.
* Informavimas – siekiame informuoti vartotojus apie įrankio paskirtį, jo teikiamą naudą ir privalumus.

Rėmimo būdai:

* reklama
* ryšiai su visuomene
* pardavimų skatinimas

# IŠVADOS

# LITERATŪROS SĄRAŠAS

<http://osp.stat.gov.lt/web/guest>

<https://lt.wikipedia.org/wiki/Briaunainis>

<http://4.bp.blogspot.com/-tg1YZM3sQ6w/UnvjfMbqzQI/AAAAAAAAAJs/6VDzv6OFo4U/s320/4Platono+kunai.jpg>

# LENTELIŲ SĄRAŠAS

Lentelė 1 Ekonominės aplinkos veiksnių analizė 4

Lentelė 2 Socialinės-kultūrinės (demografinės) aplinkos veiksnių analizė 5

Lentelė 3 Mokslinės – technologinės aplinkos veiksnių analizė 5

Lentelė 4 Gamtinės aplinkos veiksnių analizė 5

Lentelė 5 “Evernote” mobiliosios aplikacijos analizė 6

Lentelė 6 “Toggl” sistemos analizė 6

Lentelė 7 “MyHours” sistemos analizė 7

Lentelė 8 “Google calendars” sistemos analizė 8

Lentelė 9 SSGG (stiprybių, silpnybių, galimybių ir grėsmių) analizė 9