

Marketing

Strategické plánovanie a význam marketing. plánovania



FAKULTA MANAGEMENTU
Univerzita Komenského
v Bratislave

Lektor: PhDr. Ing. Mgr. Miroslav Reiter, DiS., MBA, MPA
Kontakt: miroslav.reiter@it-academy.sk
miroslav.reiter@fm.uniba.sk

Prezentovanie podnikov/organizácie

- 2 tímy prezentujú
 - 10-12 minút
-
1. Predstavte koncepciu/e firmy a zdôvodnite ju.
 2. Aké sú potreby a želania vašich zákazníkov?
 3. Popíšte výmenu a transakciu.
 4. Vysvetlite PEST/PESTEL analýzu pre vašu firmu.

Značky a ich profily

Kofola

Sedita

Lenovo

Martinus

Slovak
Telekom


Bubo
Travel

Strabag

Underoof

Čo nás dnes čaká a neminie?

1. Charakterizujte poslanie vašej organizácie.
2. Vysvetlite potrebu plánovania a popíšte 4 základné kroky strategického plánovania.
3. Vytvorte a popíšte BCG maticu a zdôvodnite umiestnenie jednotlivých produktov.



Čo je vízia a poslanie
vašej organizácie?

Čo je ... podniku?

Vízia a zámer

- Najvšeobecnejších a konceptných pojmov predstavu o budúcom smerovaní a postavení podniku
 - Zachytáva **javy**, **trendy** a **faktory**, ktoré sú v **súčasnosti nevýrazné, nepresné** a **hmliaté**
1. Kam sa chceme, alebo by sme sa chceli dostať?
 2. Čo máme robiť, alebo by sme mali robiť?
 3. Akí by sme mali, alebo chceli byť?

Poslanie a ciele

- Pochopiť a definovať, v akom podnikaní sa podnik skutočne nachádza
 - Rozhodnúť, kedy sa má poslanie zmeniť, a tak upraviť strategické smerovanie podniku
 - Oboznámiť osadenstvo podniku s poslaním pomocou metód, ktoré sú zrozumiteľné, zaujímavé a podnetné
1. Aké sú potreby zákazníkov, alebo, čo je uspokojované?
 2. Aké sú spotrebiteľské skupiny, alebo, kto je uspokojovaný?
 3. Aké činnosti, metódy, technológie sa používajú, alebo, ako sú uspokojované potreby zákazníkov?
 4. Aké sú dôvody existencie podniku, alebo, prečo podnik robí práve to, čo robí?

Príklady v podnikoch

Vízia a zámer

- **Vízia:** Chceme byť najlepší v Európe/Slovensku/Svete.
- **Strategický zámer:** Kvalitnými/ekologickými/dostupnými výrobkami odlákame zákazníkov od konkurencie.

Poslanie a ciele

- **Poslanie:** Svojou podnikateľskou činnosťou chceme dosahovať primeraný zisk a zároveň chceme chrániť životné prostredie.
- **Ciele:** V priebehu 3/5/7 rokov chceme zvýšiť náš trhový podiel o 20/30/50 %. V priebehu 3/5/7 rokov chceme dosiahnuť obrat nad 300 mil. eur. Chceme zvýšiť ziskovosť podniku v priebehu 3/5/7 rokov o 30 %. Chceme znížiť emisie pri výrobe o 10 % v priebehu troch rokov. Chceme zvyšovať produkciu ekologických výrobkov o 15 % ročne.

Naša misia, ciele a filozofia

VITA si dala 5 záväzkov do budúcnosti, na ktorých pracuje už od svojho začiatku:

1. Zlepšiť prístup k vysokokvalitnému online vzdelávaniu pre každého a kdekoľvek na Slovensku ale aj v okolitých krajinách
2. Zlepšiť vyučovanie a učenie sa v online prostredí
3. Zaviesť inovatívne formy vzdelávania a učenia sa prostredníctvom praxe a praktických príkladov
4. Pomôcť zvyšovať zamestnanosť v oblasti IT, manažmentu a marketingu na Slovenskom trhu, podporovať podnikanie a startupy
5. Zdieľať všetky svoje znalosti a poznatky s našimi študentami



Naše ciele

Vytvoriť a udržiavať **najväčšiu online platformu** pre **IT vzdelávanie** na **Slovensku**, ktorá bude **pomáhať tisícom študentov** získať **kvalitné vzdelanie** pre ich kariérny úspech.

Stať sa dominantným hráčom v oblasti podnikového IT vzdelávania na Slovensku a byť partnerom spoločnostiam pri vzdelaní ich zamestnancov.

261

kurzov

5000+

zapisaných kurzov

1800+

študenov

9

partnerov

6

lektorov

3800+

vydaných overených certifikátov

Kľúčové strategické ciele

Rentabilita

Produktivita

Postavenie na
trhu vo vzťahu
ku konkurencii

Zamestnanosť

Technologický
rozvoj

Spoločenská
zodpovednosť

Marketing Mix - The 4 P's



Functionality, Appearance, Quality, Packaging, Brand, Warranty, Service/Support



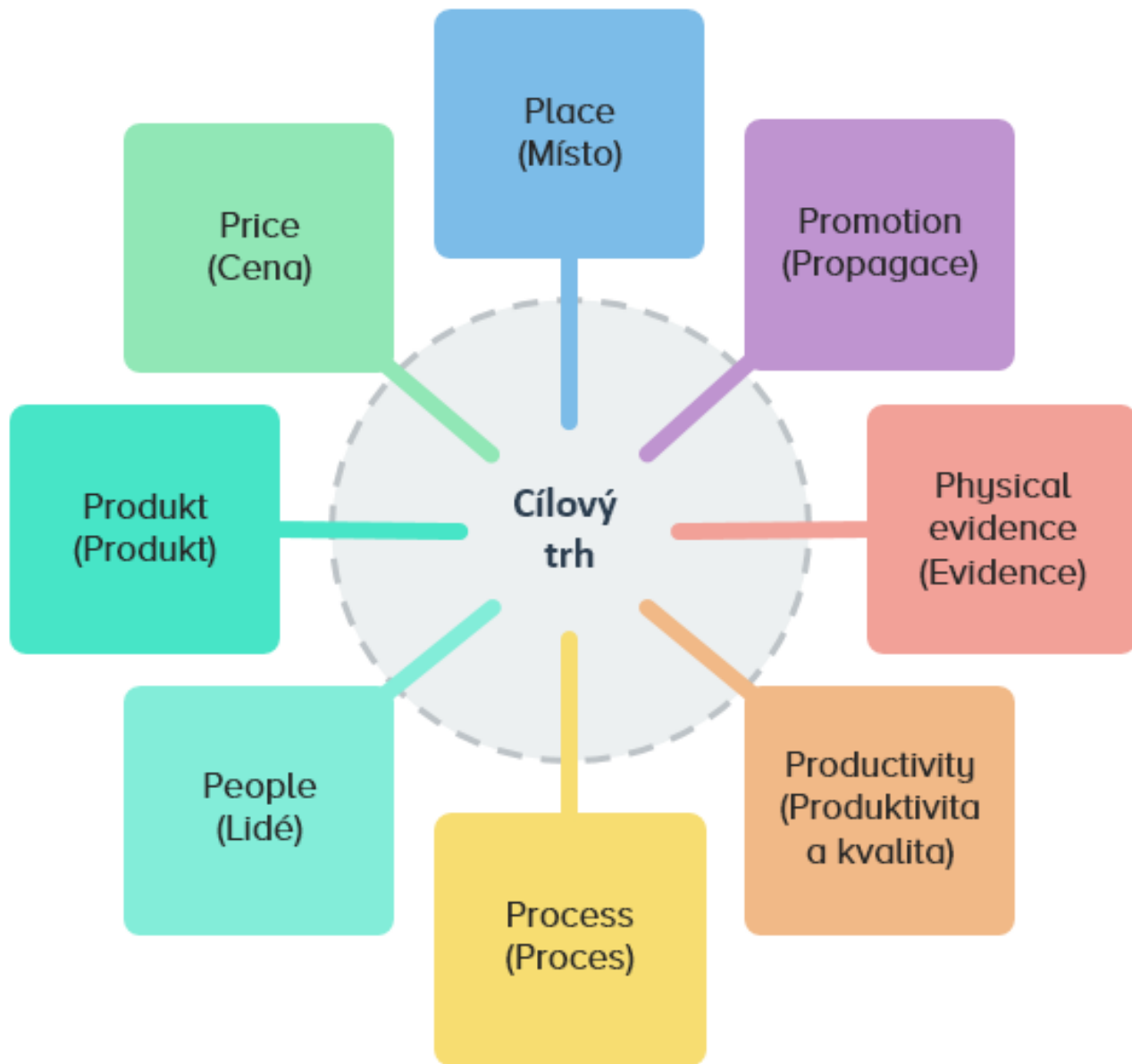
List Price, Discounts, Allowances, Financing, Leasing Options, Payment Plans



Channel Members, Channel Motivation, Market Coverage, Location, Logistics, Service Levels



Advertising, Personal Selling, Public Relations, Message, Media, Budget



The 12 Ps of MARKETING

NextLevel
Growth Strategies

1

PRODUCT

This is your organization's offering. That is, what you make and/or provide to your customers.

2

PRICE

A measure that reflects what a purchaser must exchange (give up) in order to obtain a unit of your brand's goods or services.

3

PLACE

How your product makes its way to consumers. Also known as distribution.

4

PROMOTION

All the things (activities and tactics) your organization employs to create demand for your Product.

5

PURPOSE

This is your Brand's **"WHY"**
This is why you do what you do.

6

PROMISE

What (value / benefits) your customers can expect to receive or experience each-and-every time they use your brand.

7

PRINCIPLES

Also known as Core Values. These are the beliefs that your Brand stands for. What do you believe in and value most?

8

PEOPLE

Or Target Customer. This is **WHO** your organization wants to do business with. The Consumers/Prospects with an existing, underserved, or unmet need that your organization uniquely fulfills.

9

PERSONAS

Rich and textured descriptions of customer segments that creates deeper understanding about their wants, needs, desires, behaviors, and motivations.

10

POSITIONING

The key messages for your specific audiences. It helps ensure consistency in your messaging and serves as a vehicle to help make the Brand relevant and differentiated from the competition. How consumers see your Brand.

11

PROOF POINTS

Also known as Reasons-to-Believe (RTBs). Specific elements that are competencies and differentiators for your Brand and support the positioning. May include product attributes, experience attributes, and offers.

12

PROCESS

This is your organization's special sauce! This is **HOW** you do all of the things you do in order to build your Brand, Generate Demand, and Create Exceptional Customer Experiences.

Firemná filozofia

alebo podľa čoho sa riadime a pracujeme

7P

1

Poriadok

2

Pracovitosť

3

Precíznosť

4

Perfekcionizmus

5

Pohotovosť

6

Profesionalita

7

Pohoda



1. **Poriadok**
 - Vo firme, v dokumentoch, na webe, medzi kolegami.
2. **Pracovitosť**
 - Chuť pracovať a pomáhať firme rásť a prosperovať.
3. **Precíznosť**
 - Doťahuj veci do konca a buď dôkladný, rob veci poriadne, aby si bol na svoju prácu hrdý.
4. **Prispôsobivosť**
 - Každý deň prináša nové zmeny, novinky a výzvy. Prispôsob sa im a stále sa zlepšuj. Neboj sa nových vecí.
5. **Pohotovosť**
 - Rýchla reakcia na telefonáty, chat, dopyty z webu a od partnerov a klientov.
6. **Praktickosť**
 - Práca s pridanou hodnotou, ktorá je orientovaná na výsledky.
7. **Profesionalita**
 - Poskytuj kvalitné odpovede obsahovo aj formou s príjemnou prezentáciou.
8. **Pohoda**
 - Pohoda na pracovisku, ale aj rešpektovanie klientov a partnerov.



Miroslav Reiter

Zmenou učenia k lepšiemu a spokojnejšiemu životu.

Každý človek má potenciál vytvoriť zmenu vo svojom živote. Zmenu je možné dosiahnuť kedykoľvek a to napríklad prostredníctvom kvalitného vzdelávania. Práve online vzdelávanie uvoľňuje potenciál tejto zmeny.

Prístup k vysokokvalitnému vzdelaniu bol kedysi len výsadou niekoľkých privilegovaných.

V roku 2012 som si uvedomil, že je čas, aby aj Slovensko malo svoju vlastnú online vzdelávaciu platformu. Vytvorili sme preto platformu VITA, kde vzdelávame prostredníctvom online kurzov. Umožňujeme každoročne 1300+ študentom odhaliť svoj potenciál a stať sa tvorcami zmien vo svojom živote.

Pomáhame organizáciám všetkých typov a veľkostí pripraviť sa na cestu smerom dopredu - kamkoľvek povedie.

Dlhodobou stratégiou každej firmy by malo byť vzdelávanie a rozvoj zamestnancov. S touto aktivitou vám radi pomôžeme.

Prečo práve VITA?

Chcete vedieť, prečo si vybrať VITA.sk? Prečo **nám** naši **zákazníci dávajú prednosť** pred inými online platformami vrátane zahraničných? Aká je **pridaná hodnota** našich online kurzov? Prečo **ročne** vzdelávame **1300+ spokojných účastníkov**?

VITA je **akreditovaná** a **certifikovaná vzdelávacia platforma**. Zabezpečujeme medzinárodné certifikované kurzy a skúšky spoločností ako **Microsoft, Axelos/People Cert, Android, Google, GASQB/ISTQB/IREB, Oracle, IBM, HP, Red Hat, AWS, SAP, EXIN, CISCO, Adobe, Unity, Pearson Vue**.

Online kurzy sú **navyše akreditované ministerstvom školstva SR**. To znamená, že kurzy vedú profesionálni **lektori** s **minimálne 3 ročnou preukázateľnou IT a pedagogickou praxou**, príslušnými **certifikáciami** a **projektmi** pre štát či korporát. **Väčšina lektorov má 10+ ročnú prax**. Lektori majú hlavne **ľudský** a **inovatívny prístup** ku vzdelávaniu.

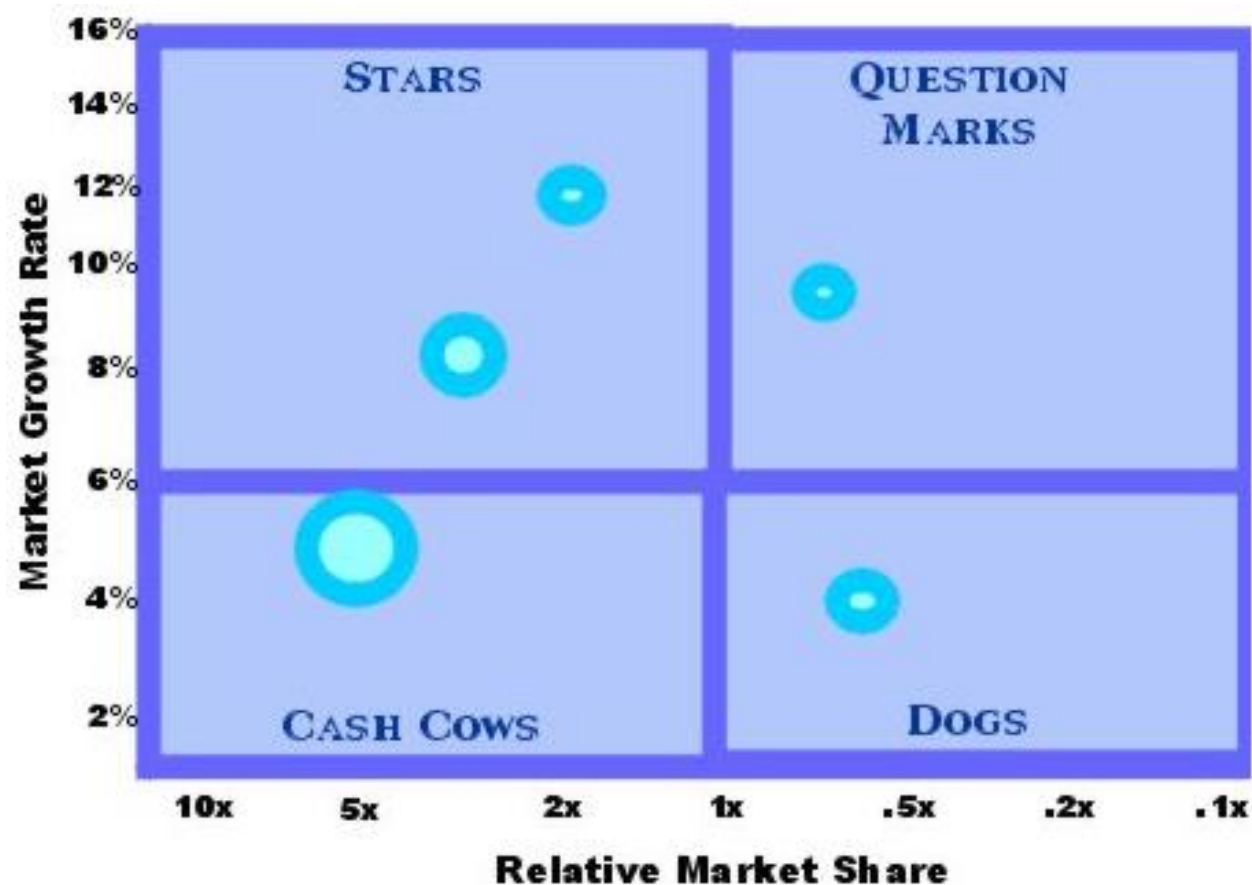


Čo si predstavujete pod pojmom matica?



BCG (Boston Consulting Group) matica

- **Názov** portfóliového modelu **stratégie**
- Ukazuje **spojitosti** medzi **tempom rastu** obchodov a **konkurenčnou pozíciou** spoločnosti
- **Pomôcka manažérom pri riadení** a rozhodovaní sa o zdrojoch...
- Strategické podnikateľské jednotky **rozdelené do 4 kvadrantov** podľa toho, aký podiel na trhu jednotlivé SPJ zaujímajú a aký sa predpokladá rozvoj konkurenčného okolia



SBU / SPJ

BCG (Boston Consulting Group) matica

1. Otázniky

- Nové výrobky, ktoré ešte len prichádzajú na trh. Vyžadujú veľa peňazí, ale sú šancou do budúcnosti. Prieskumom trhu môžete zistiť, či investovať alebo ich stiahnuť.

2. Hviezdy

- Produkty, ktoré na trhu bodujú (rast tempa obratu, podiel na trhu). Udržať takýto stav je tiež často finančne náročné, ale výsledkom je vysoký zisk.

3. Dojné kravy

- Chrbtica každého podniku. Tieto výrobky dosahujú vysoké zisky bez nutnosti väčšieho vkladu. Vďaka nim môžete rozvíjať ďalšie aktivity, prípadne kryť straty na iných produktoch.

4. Psy

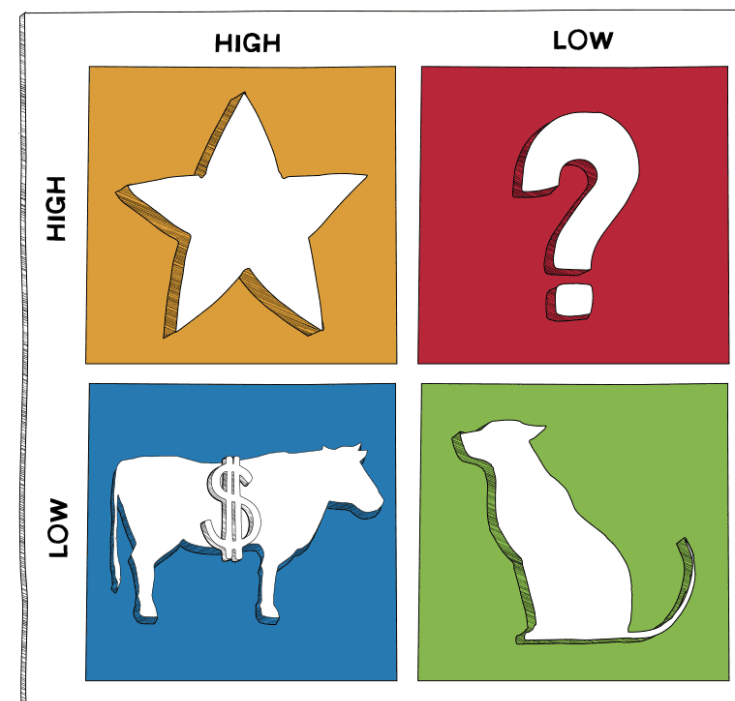
- Výrobky, ktoré už dohrali. Treba zvážiť, ako dlho chcete takýto produkt udržiavať na trhu a podporovať jeho predaje zosilnením marketingu.

THE GROWTH SHARE MATRIX

RELATIVE MARKET SHARE

CASH GENERATION

MARKET GROWTH RATE
CASH USAGE



SBU / SPJ

Prečo BCG matica?

1. Chceme **rozdeliť produkty** podľa ich **úspešnosti na trhu**
2. **Rozdeliť si biznis** na **strategické podnikateľské jednotky** (ďalej SPJ/SBU)
3. **Vzájomne** ich **porovnať**
4. Na základe ich **prínosov** stanoviť **strategické ciele**



Kam a koľko peňazí nalejeme?

Výpočet ROI

- Do vzorca vkladáme **investíciu** a **čistý výnos**
- Optimálna návratnosť investície (**Optimálne ROIko**) by mala byť v **násobku hodnoty investície v rozsahu 3-60x investovanej sumy**
- Výsledné číslo vynásobíme číslom 100 a získame **ROI v %**

ROI v násobku investície = (zisk z investície – náklady) / náklady

$$\text{ROI} = \frac{\text{Current Value of Investment} - \text{Cost of Investment}}{\text{Cost of Investment}}$$

Return on Investment (ROI) Calculator

Modify the values and click the Calculate button to use

Amount Invested

\$1000

Amount Returned

\$2000

Investment Time:

Use Dates

Use Length

From

Oct

7

2021

To

Dec

31

2025

Calculate

Result

Investment Gain	\$1,000.00
ROI	100.00%
Annualized ROI	17.81%
Investment Length	4.23 years

50%

50%

Invested

Profit

Related:

Investment Calculator

Average Return Calculator

In finance, Return on Investment, usually abbreviated as ROI, is a common, widespread metric used to evaluate the forecasted profitability on different investments. Before any serious investment opportunities are even considered, ROI is a solid base from which to go forth. The metric can be applied to anything from stocks, real estate, employees, to even a sheep farm; anything that has a cost with the potential to derive gains from can have an ROI assigned to it. While much more intricate formulas exist to help calculate the rate of return on investments accurately, ROI is lauded and still

Search

Financial Calculators

[Mortgage](#)

[Auto Loan](#)

[Payment](#)

[Amortization](#)

[Currency](#)

[Finance](#)

[Income Tax](#)

[Salary](#)

[Interest Rate](#)

[More Financial Calculators](#)

[Loan](#)

[Interest](#)

[Retirement](#)

[Investment](#)

[Inflation](#)

[Mortgage Payoff](#)

[Compound Interest](#)

[401K](#)

[Sales Tax](#)

Financial

Fitness and Health

Math

Other

Príklad na ROIko

1. Firma XYZ **investovala** do **vývoja** a **marketingu** nového **produktu** počas rokov 2019: 200 000 €, 2020: 100 000 €, 2021: 300 000 €
2. **Úplná investícia** za **3 roky** bola **600 000 €**
3. Výnos v roku 2019: 50 000 €, 2020: 200 000 €, 2021: 500 000 €
4. **Celkový hrubý výnos** bol **750 000 €**
5. Na výpočet čistého výnosu z investície za 3 roky musíme odpočítať investíciu od hrubého výnosu, teda 750 000 – 600 000
6. **Náš čistý výnos** v tomto prípade bol **150 000 €**
7. **ROI** = $(750\,000 - 600\,000) / 600\,000 = 0,25$
8. Výsledné číslo vynásobíme číslom 100 a získame ROI v %
9. ROI tejto investície za 3 roky je **25 %**

Return on Investment (ROI) Calculator

Amount Invested

\$600000

Amount Returned

\$750000

Investment Time:

☒ Use Dates

☐ Use Length

From

Oct

7

2021

To

Dec

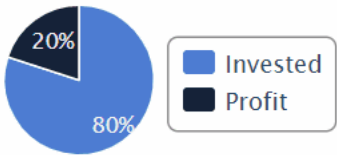
31

2025

Calculate

Result

Investment Gain	\$150,000.00
ROI	25.00%
Annualized ROI	5.42%
Investment Length	4.23 years



Search

Related:

- Investment Calculator
- Average Return Calculator

Financial Calculators

- [Mortgage](#)

[Auto Loan](#)

[Payment](#)

[Amortization](#)

[Currency](#)

[Finance](#)

[Income Tax](#)

[Salary](#)

[Interest Rate](#)

[More Financial Calculators](#)
- [Loan](#)

[Interest](#)

[Retirement](#)

[Investment](#)

[Inflation](#)

[Mortgage Payoff](#)

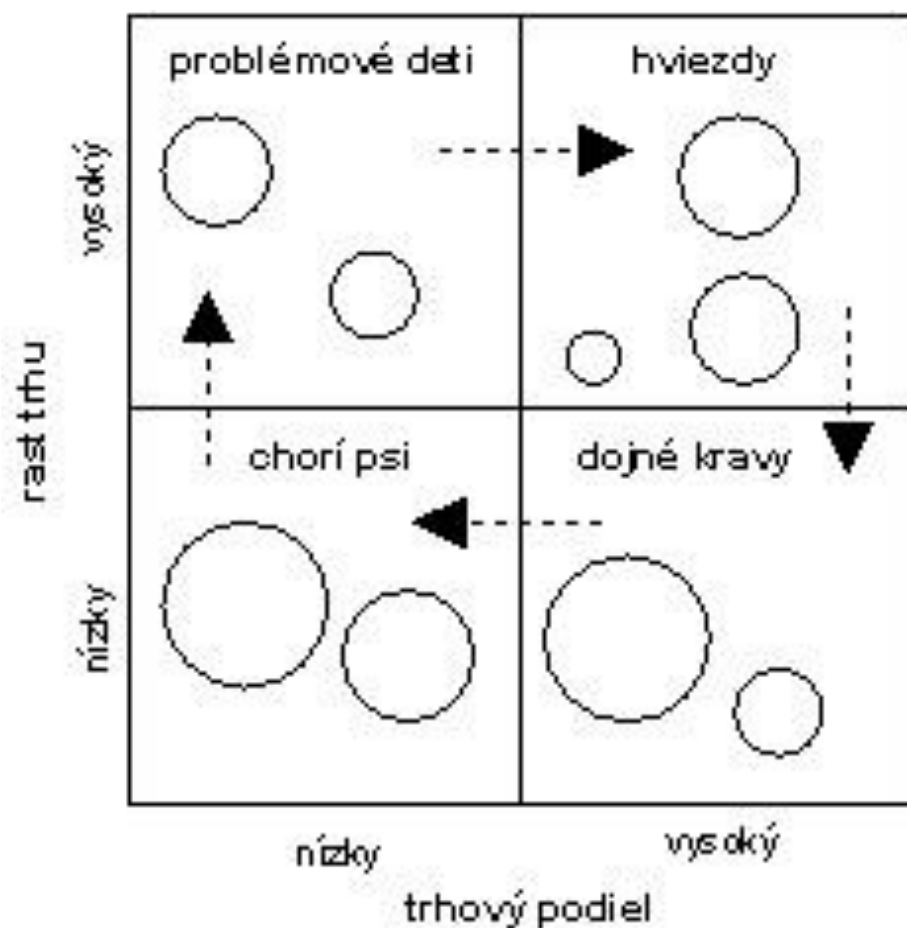
[Compound Interest](#)

[401K](#)

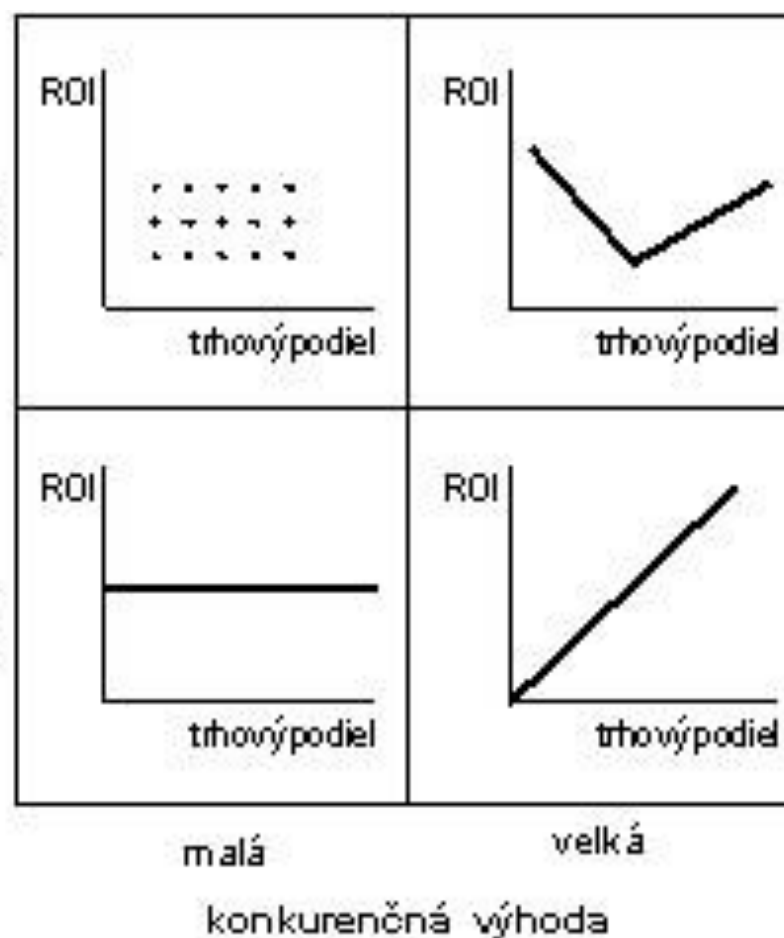
[Sales Tax](#)

In finance, Return on Investment, usually abbreviated as ROI, is a common, widespread metric used to evaluate the forecasted profitability on different investments. Before any serious investment opportunities are even considered, ROI is a solid base from which to go forth. The metric can be applied to anything from stocks, real estate, employees, to even a sheep farm; anything that has a cost with the potential to derive gains from can have an ROI assigned to it. While much more intricate formulas exist to help calculate the rate of return on investments accurately, ROI is lauded and still widely used due to its simplicity and broad usage as a quick-and-dirty method. Many money-making

A čo ROIko?



počet možností na dosiahnutie konkurenčnej výhody



Úloha na budúci týždeň – 3. prezentácia

1. Charakterizujte **poslanie** vašej **organizácie**.
2. Vysvetlite **potrebu plánovania** a popíšte **4 základné kroky** strategického plánovania.
3. **Vytvorte** a **popíšte BCG maticu** a zdôvodnite umiestnenie jednotlivých produktov.

Sprav si google certifikáciu

- ✓ **Google Analytics**
- ✓ **Google Ads**
- ✓ **YouTube**

Grow with **Google**



Miroslav Reiter
ML/AI
Google Certified Trainer

Čo je Grow with Google?

Grow with Google je **globálna iniciatíva**, ktorej cieľom je vytvoriť viac príležitostí pre všetkých.

Poskytuje **bezplatné kurzy, nástroje a školenia** či už online alebo offline, ktoré ľuďom pomáhajú získavať tie správne zručnosti, aby si našli prácu, posunuli svoju kariéru či nakopli svoje podnikanie.

V roku 2021 sa zameriava na pomoc:

- **Malým a stredným podnikateľom**
- **Startupom**
- **Neziskovým organizáciám**
- **Ženám**
- **Mnoho ďalším ...**

Viac informácií nájdete na:
www.growwithgoogle.sk



Slovensko môže patriť k digitálne najrozvinutejším ekonomikám, avšak...



Strácame momentum

kvôli nedostatku inovácií



Až 99 % firiem na Slovensku sú **malé a stredné podniky**

Ekonomika na Slovensku bola ovplyvnená nedávnou krízou a technológie môžu pomôcť pri jej prekonávaní aj v budúcnosti...



Máme **nízky počet startupov**, najmä v regiónoch



Digitalizácia podnikania je na Slovensku jedna z **najnižších v rámci EU**

...kľúčom k naštartovaniu ekonomiky a digitálnej transformácie je vzdelávanie

Od roku 2016 pomáha Grow with Google firmám, používateľom a inštitúciám na Slovensku prijímať digitálnu transformáciu bezpečným spôsobom.

100,000 ľudí

sme spoločne preškolili v zručnostiach potrebných pre budúcnosť

450 školení

sme spolu s partnermi poskytli na celom Slovensku



5 000 + ľudí

začalo podnikať po absolvovaní nášho vzdelávania



Naším záväzkom je **prispiet' k oživeniu slovenskej ekonomiky** a do konca roka 2021

pomôcť ďalším 50,000 slovenským firmám a jednotlivcom

lepšie využívať internet k rastu svojho podnikania,
rozvoja kariéry či nájdania novej práce.

Online marketing	Technology & Tools	Business & Soft skills
Google Analytics	Workspace (G Suite)	Entrepreneurship
Online marketing strategy	Online Security & Safety	Leadership
Google for Nonprofits	Google for Education	Export
Shopping	AI/ML	#IamRemarkable*
YouTube		Entrepreneurship / Diversity for women
Google My Business		Critical thinking / Media literacy
Google Ads		

* Viac informácii na www.iamremarkable.sk



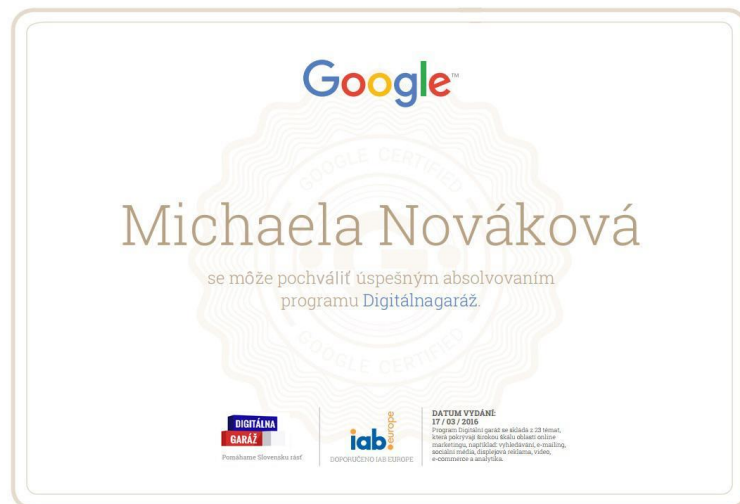
Digitálna garáž Online platforma na výuku digitálneho marketingu a mäkkých zručností

26 tém

106 lekcií

9 hodín obsahu

Dostupné 24/7
Zadarmo
Na mieru



Google Digitálna garáž

1. Základy e-mailového marketingu

Téma: Využite e-mailové spojenie

☆ ZÁLOŽKA < ZDIELAŤ

Prehľad tém

Lekcie	0 / 4
☆ 1. Základy e-mailového marketingu	^
✓ Sledujte lekcii	6 min
✦ Otestujte si svoje znalosti	1 min
☆ 2. Možnosti e-mailového marketingu	∨
☆ 3. Vytváranie skvelých marketingových e-mailov	∨
☆ 4. Správa úspešných e-mailových kampaní	∨

▶ PRESKOČIŤ NA TEST

0:01 / 5:04

⚙️ YouTube

☰ ZOBRAZIŤ PREPIS

OTESTUJTE SI SVOJE ZNALOSTI

Hlavné poznatky

Zasielanie bulletinov a akčných ponúk zákazníkom prostredníctvom e-mailu môže zohrať kľúčovú úlohu vo vašom marketingovom pláne. Budujte a upevňujte vzťahy so zákazníkmi. V tomto videu sa pozrieme na:

- vytváranie zoznamu kontaktov,
- zacielenie na publikum na základe záujmov,
- budovanie vzťahov so zákazníkmi.

Mrkni na YouTube kanál a daj odber

 [WWW.YOUTUBE.COM/C/IT-ACADEMYSK](https://www.youtube.com/c/IT-ACADEMYSK) 