

# PRUSA RESEARCH

## Úvod

Celková důležitost, potřeba a využívání marketingu. Důležitost adaptace na požadavky nových i stálých zákazníků v digitálním a online marketingu.

## Cíl

Cílem je pomocí marketingových nástrojů udělat analýzu využívání digitálního a online marketingu v dané společnosti. Popsat marketingový plán a strategii a porovnat počínání Průša Research v porovnání s konkurenčními subjekty. Navrhnout konkrétní vylepšení

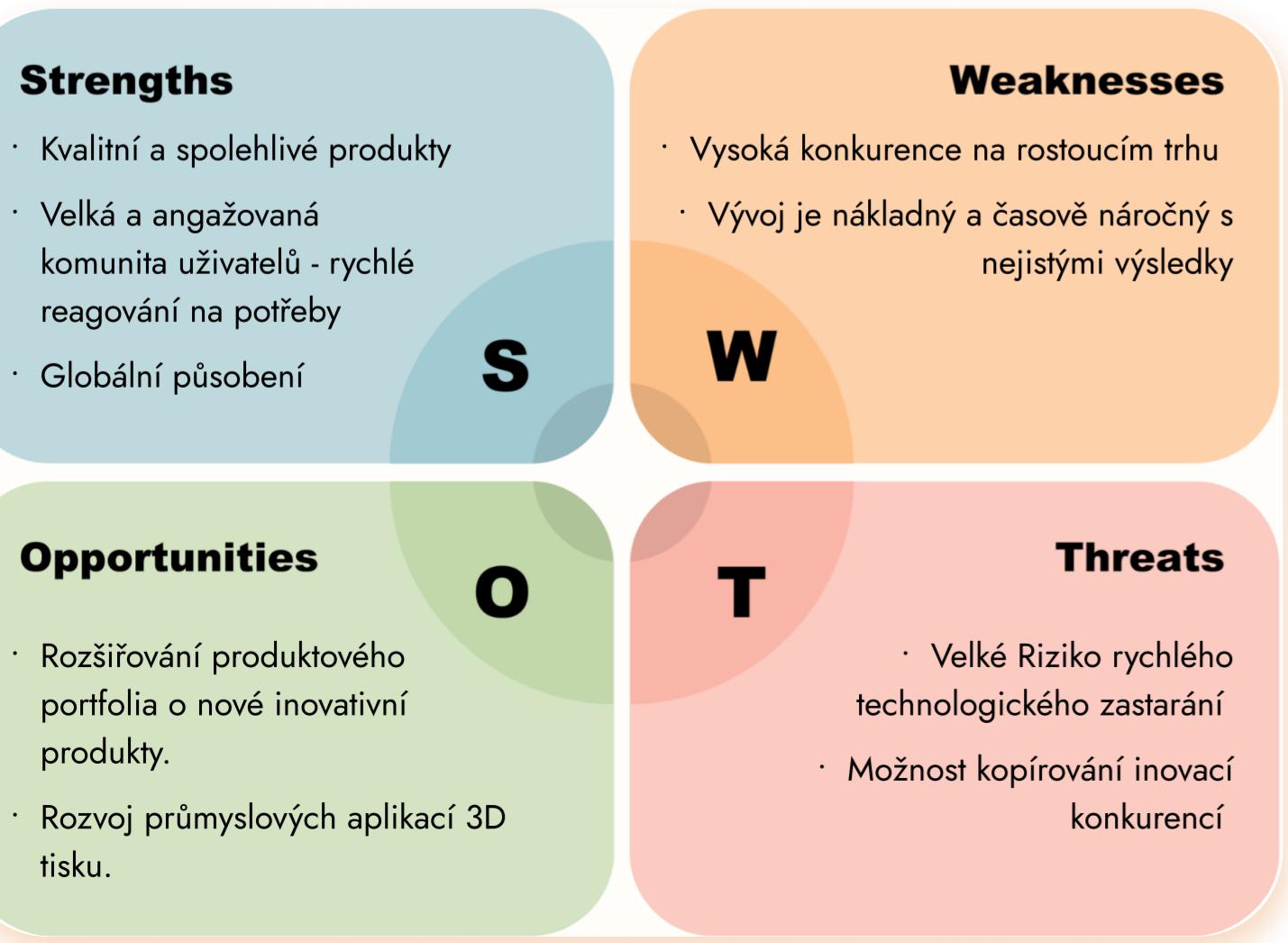
## Metodika

- Identifikace základních informací
- Prozkoumání trhu a porozumění konkurenčního prostředí
- Analýza marketingového mixu
  - Analýza konkurence
  - Dotazníkové šetření

## Charakteristika podniku

- Distribuce 3D tiskáren, softwaru a příslušenství pro tisk
  - Aktivní v procesu inovací
  - PrusaSlicer - začátečníci i pokročilí
    - Komunita
    - Široké portfolio

## SWOT



## Marketingový mix

### Produkt

- Výroba a neustálé zdokonalování 3D tiskáren, včetně modelů MK3, MK4, MINI, XL a SLA, každý cílící na specifický segment trhu
- Originální náhradní díly, tiskové desky a filamenty - pozornost životnímu prostředí (recyklovatelné materiály)

### Cena

- Ceny 3D tiskáren od Prusa Research se pohybují od 10 000 Kč (Prusa Mini) až po 250 000 Kč (Prusa XL)
- Nabízí cenovou diferenciaci podle modelu a vlastností.

### Místo

- Distribuce produktů probíhá online prostřednictvím eshopu, který zajišťuje doručení do 160 zemí světa.
- Web Prusa 3D nejen prodává produkty, ale poskytuje i obsah jako aplikace, blogy, návody a diskuzní fórum.

### Propagace

- online marketing prostřednictvím PPC reklam, sociálních sítí a YouTube videí
- Zakladatel Josef Průša je aktivní v komunitě a účastní se významných událostí, konferencí a veletrhů

Majitelé tiskáren od značky / Marketingový mix	Propagace	Kvalita	Cena
Prusa	▲ 3,89 ▲ 3,62 ▼ 4,01		
Bambulab	▼ 3,32 ▼ 2,48 ▲ 4,41		
Creality	▼ 3,12 ▼ 2,65 ▲ 4,40		
Celkově	▼ 3,32 □ 2,96 ▼ 4,08		

## Konkurence v ČR

- Trilab a Print with Smile se orientují na profesionální a průmyslový segment s vyššími cenami.
- NA3D nabízí cenově dostupné tiskárny s využitím osvědčených modelů.
- Všechny společnosti uplatňují online prodej a vlastní webové stránky, ale propagace a sociální média se liší.
- Trilab má silnou spolupráci s Prusa Research, Print with Smile staví na kvalitních produktech a loajální komunitě, zatímco NA3D se zaměřuje na cenově dostupné možnosti.

## Konkurence ve světě

- BambuLab nabízí cenově dostupné a rychlé tiskárny s jednodušším ovládáním.
- Creality vyniká cenovou dostupností, masivní propagací na sociálních sítích a globálním dosahem.
- Caribou se zaměřuje na kvalitní komponenty a stálou komunitu s nižší propagací.
- Všechny společnosti preferují online prodej s dobře strukturovanými webovými stránkami.

## Srovnání



### 1. Výhody Prusa Research:

- Široká produkční škála:
- Neustálé zdokonalování a inovace ve vývoji tiskáren a vysoká kvalita
- Originální náhradní díly a ekologický přístup
- Online distribuce přes eshop s doručením do 160 zemí, což zajišťuje globální dostupnost.
- Komunitní Angažovanost

### 1. Nevýhody Prusa Research:

- Vysoké ceny - mohou omezovat dostupnost pro některé zákazníky.
- Silná Konkurence v Cenovém Segmentu:
  - Konkurence, jako Bambulab a Creality, nabízí cenově atraktivnější možnosti
- Zatímco Prusa Research se angažuje v online marketingu, jeho propagace na sociálních sítích může zaostávat za konkurencí.
- Závislost na Zakladateli:
  - Silná přítomnost zakladatele v komunitě může mít dopady na dlouhodobou stabilitu.

## Primární sběr dat

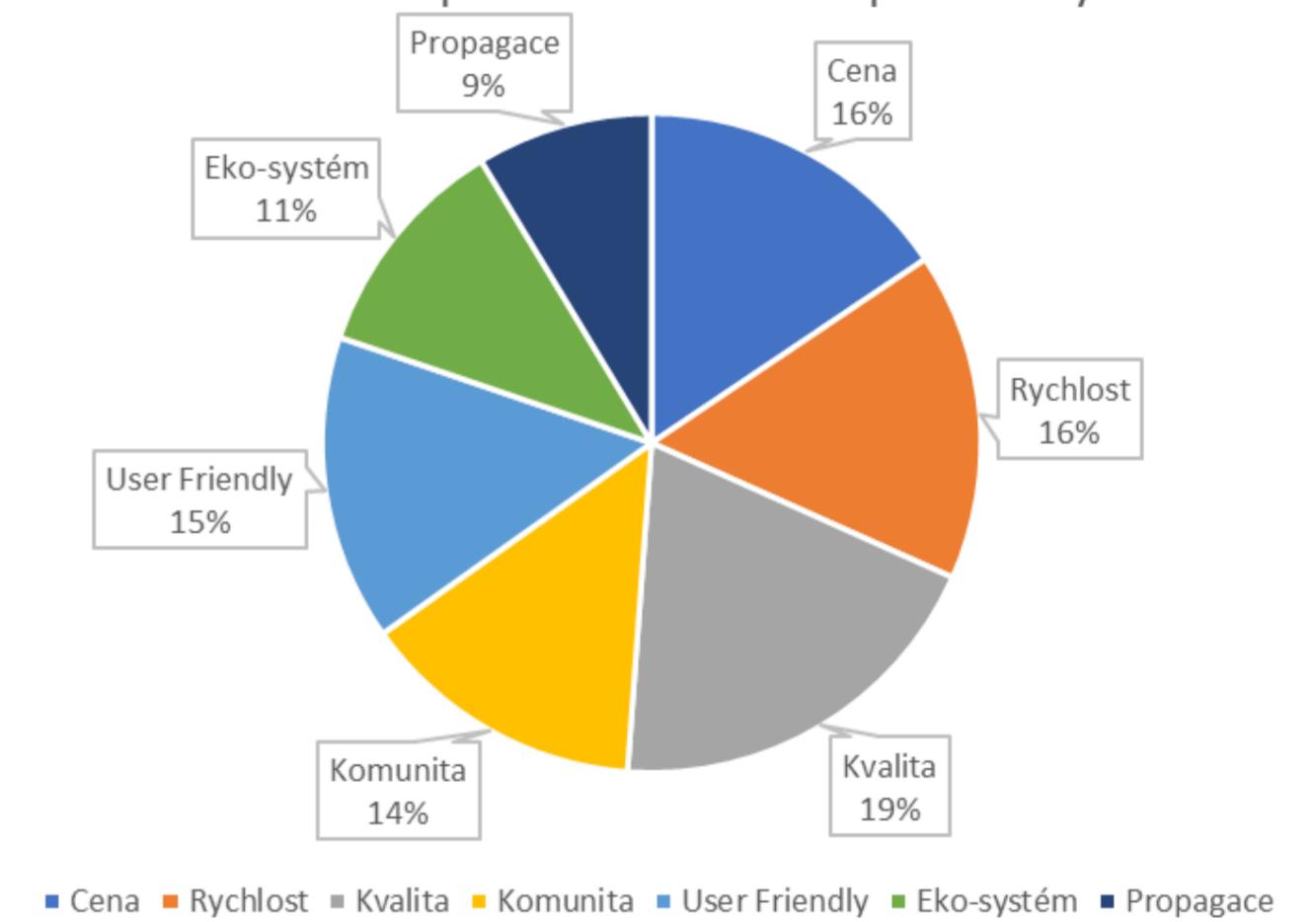
### Cíl

- Identifikace Cílové Skupiny
- Hodnocení Marketingového Mixu 4P
- Zdroje Povědomí
- Lojalita Zákazníků

### Výsledek

- Tržní segment: Techničtí nadšenci a začátečníci v B2C prostředí
- Nejdůležitější faktory pro zákazníky Prusa Research: Rychlosť tisku, cena a výrobní kvalita tiskárny
- Pozitivní vnímání propagace, cen a kvality produktů Prusa Research mezi majiteli tiskáren této značky.
- Konkurence ceny vnímá jako vysoké a tiskárny jako méně kvalitní
- Majitelé Prusa Research projevují větší lojalitu oproti uživatelům konkurenčních značek.
- 42% respondentů uvádí dlouhodobou kvalitu jako hlavní důvod lojality.

Všichni respondenti - důležité parametry



## Doporučení

- Zvážení cenové politiky a možností uvedení levnější varianty 3D tiskárny s postupným upgradem, čímž by se oslovila širší skupina zákazníků
- Intenzivně posílit svou propagaci na soc. sítích. Udržovat silnou komunikaci a aktivně reagovat na zpětnou vazbu
- V oblasti inovací a vývoje by měl nadále sledovat aktuální tržní trendy a reagovat na nové požadavky zákazníků.
- Celkově by měl podniknout kroky k diverzifikaci svého produktového portfolia, zvýšení globálního povědomí o značce a posílení vztahů s komunitou zákazníků, čímž by zajistila udržitelný růst a upevnila si svou vedoucí pozici na trhu 3D tiskáren.