

3.8.1. Případová studie - TENTA

Firma TENTA z Netolic je výrobcem konstrukcí z hliníku a laminátů pro průmyslový trh. Výzkum přišel s návrhem stanu, který by bylo možné rychle a snadno postavit. Aby bylo možné složit laminátová žebra do malého balíčku, byla navržena samouzavírací struktura s klouby. Výhodou tohoto návrhu je, že se jedná o snadno složitelný, malý a lehký přenosný celek, který je možné postavit za 90 sekund bez použití tyčí a napínacích lan.

Marketingový manažer, pan Posic, který nemá žádné zkušenosti se spotřebitelským trhem požádal vedení o svolení pokračovat v dalším vývoji. Vedení si je vědomo, že vývoj nového stanu poskytne další možnosti diverzifikace, které mohou rozšířit současné sféry působnosti koncentrované vesměs na průmyslový trh, do spotřebitelského trhu. Probíhající vývoj nakonec vede k modelu, který má průměr 2,1 m a je dost velký pro dvě dospělé osoby a 1 dítě. To, že světlá výška je uprostřed stanu 1,5 m, nepovažují projektanti za podstatný nedostatek. Stan je možné zabalit do balíčku dlouhého 45 cm a vážícího 2 kg. Namísto běžných barev jako je žluté zelená a oranžová se zvažuje provedení v atraktivních barvách s různými vzory. V posledních týdnech se projevil velký zájem ze strany hromadných sdělovacích prostředků. Tvar kupole atraktivní barvy a znaky výrobku vedly k tomu, že se o stanu diskutuje v časopisech a jiných médiích, které přináší novinky z campingu. O TENTĚ se zmínila většina článků s tím, že připravuje pro trh v blízké budoucnosti atraktivní stan za cenu 2000 Kč.

Na základě těchto článků firma obdržela asi 100 dotazů a objednávek od potenciálních zákazníků. Náklady na kampaň k dosažení srovnatelné publicity byly odhadnuty zhruba na 1 milion korun. Vedení TENTY se rozhodlo rychle začít s výrobou stanu, aby byla bezplatná publicita optimálně využita. Pan Posic položil důraz na kvalitu výrobku. Stan se bude vyrábět z drahé a odolné supertexové látky s nepromokavou podlahou. Výrobní náklady stanu jsou dle oddělení kalkulací 800 Kč. V sektoru sportovního zboží je obvyklé ponechat maloobchodníkovi 30% z prodejní spotřebitelské ceny (bez DPH), zatímco ve velkoobchodě je obvyklá přírážka 10% k nákupní ceně od výrobce.

V současné době je možné koupit nejdražší stany pro 4 osoby, kde je možné se postavit, s okny ve stěnách, plátěnými záclonami a podlahou na dobírku od německé zásilkové firmy za 3700 Kč. Nejlevnější stany typu A je možné koupit v maloobchodě za ceny od 650 Kč. Cena závisí na rozměrech, vybavení, na kvalitě podlahy, na výšce bočních stěn atd. Žádný stan není možné postavit a transportovat tak snadno jako stan TENTA. Dosud nedošlo k výběru distribučních kanálů. Existuje řada možností. Stan může být distribuován prostřednictvím obchodních domů v sektorech sportovního zboží, speciálními obchody se sportovními potřebami a je také třeba zvážit kanál zásilkových obchodů.

Otázka 1

Které faktory makroprostředí hrají v tomto případě hlavní roli?

Otázka 2

Proč jsou právě tyto faktory důležité?

X Otázka 3

Kdybyste byl manažerem marketingu Posicem, jak byste těmto faktorům přizpůsobil použité nástroje marketingového mixu? Navrhněte vhodné cílové skupiny a přizpůsobte jim jednotlivé nástroje marketingového mixu – produkt, cena, distribuce, komunikace.