

Vesnice jako místo spotřeby

Ing. Dana Posádová



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

O čem budeme mluvit

- Kdo jsem
- Spotřebitel a spotřeba
- Na co si dát pozor při nakupování
- Nebezpečí reklamních sdělení
- Marketingové komunikace
- Osobní prodej
- Naučte se říkat ne
- Práva a povinnosti spotřebitele

Chování spotřebitele

Spotřebitel - jednotlivec, který stojí na straně individuální poptávky

Celý vědní obor - sociologové, psychologové, ekonomové.

Výzkum je vždy o krok před námi, ale nejsme stádo.

- Prodejní praktiky
- Balení výrobků
- Reklama

Spotřebitel

Spotřebitelem je každý z nás a jen na nás záleží zda budeme

Aktivní nebo **Pasivní**

Nepřítel č. 1: zajaté koleje a vlastní pohodlnost

Všechno zkoumejte, dobrého se držte.

Kde všude jsem spotřebitel?

- Hypermarkety
- Supermarkety
- Internet
- Místní obchody
- Místní výrobci a poskytovatelé služeb
- Velké farmy
- Malé farmy
- Sousedé

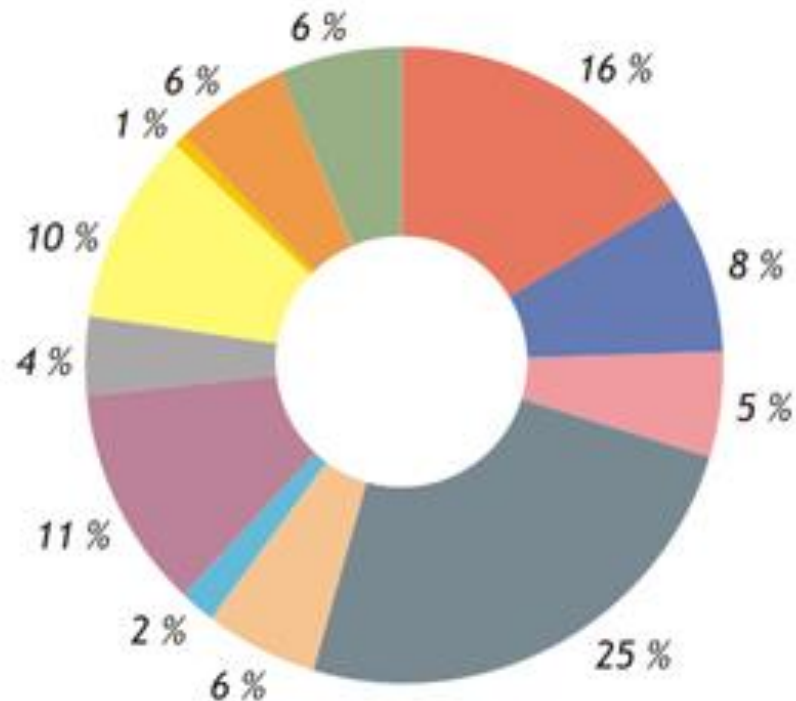
Zaklínadlo kupní síla

- Všechny peníze, které máme k dispozici a za které si můžeme něco koupit
- Každý má omezené množství peněz

Co jsou naše **priority**?

- Bydlení
- Potraviny
- Zdraví
- Peníze
- Mezilidské vztahy
- Čas

Spotřební koš průměrné české domácnosti (2011)



Poznámka:
Podíly jsou zaokrouhleny na celá procenta.

-  potraviny a nealkoholické nápoje
-  alkoholické nápoje, tabák
-  odívání a obuv
-  bydlení, voda, energie, paliva
-  bytové vybavení, zařízení domácností, opravy
-  zdraví
-  doprava
-  pošta, telekomunikace
-  rekreace a kultura
-  vzdělávání
-  stravování a ubytování
-  ostatní služby a zboží

Jak budovat vztahy mezi spotřebiteli a místními výrobci

1. Zajímat se
 2. Podporovat
 3. Nakupovat
- Místní výrobce zpravidla usiluje o dlouhodobý rozvoj nejenom z ekonomického hlediska.
 - Zachování kvality a dobré pověsti.
 - Dobrý obchod je dobrý jen tehdy, když je výhodný pro obě strany.

Štrůdlování – modelový příklad

- Novoříšské štrůdlování
zkuste upéct nejlepší a
nejoriginálnější štrůdl.
- Nebo vymyslete z
jablek cokoliv dalšího
co se dát jíst a pít.
- Fantazie je bez hranic



NOVOŘÍŠSKÉ ŠTRÍDLLOVÁNÍ 4. ROČNÍK

Sobota 8. 11. 2008

od 14.00 hod.

u KD Nová Říše

NOKUS vyhlašuje
soutěž o nejlepší štrúdl

- Porota letos složená z novoříšských páni a dam bude hodnotit: vzhled, chuť a originalitu sladkých a slaných specialit.
- LETOS poprvé TŘI soutěžní KATEGORIE: slaný, sladký štrúdl a z JABLKA ČOKOLIVU a JAKKOLIVU, aby se to dalo jíst a pít (ne štrúdl).
- Soutěžní výrobky s receptem evidujeme v sobotu 8. 11. mezi 14.00 a 14.30 h. u KD Nová Říše.
- Doneste, prosíme, dva upečené kusy štrúdlu – co soutěžní štrúdl, to jedna nohavice na ukázkou a jedna na ochutnávku.
- Soutěžit můžete ve všech kategoriích. Ve třetí speciální kategorii z JABLKA ČOKOLIVU... může vyhrát jen JEDEŇ(A).
- Soutěžící, kteří se zapojí do soutěže neplatí vstupné.
- V rámci štrúdlování vystoupí HŮTEČ-PŮTEČ
- Vstupné: děti 20,- Kč a dospělí 40,- Kč

Novoříšský
kulturní
Spolek

HLEDÁNÍ KOŘENŮ



Více informací získáte na tel. číslech: 776 022 355 n. 728 829 060
nebo na e-mailu: nokus@novarise.cz
www.nokus.novarise.cz

Čtete nápisy na produktech...?

- Ze 17 testovaných vzorků medu byly čtyři označeny za falšované přídatkem sirupů a do dvou z nich bylo přidáno barvivo E 150d.
- Pokud jde o údaj o zemi původu, stanovuje směrnice 2001/110/ES pro spotřebitele příměsí vypovídající požadavek tím, že lze uvést „**směs medů ze zemí EU a mimo EU**“.



Zdroj: časopis dtest 5/2012

Formy komunikace

Reklama	Podpora prodeje	Public relations	Osobní prodej	Přímý marketing
Tištěné a vysílané reklamy	Soutěže, hry, loterie	Články v tisku	Obchodní nabídky	Katalogy
Nápisy na obalech	Odměny a dárky	Projevy	Obchodní setkání	Poštovní zásilky
Letáčky v balení	Vzorky	Semináře	Aktivní programy	Telemarketing
Pohyblivé reklamy	Veletřhy a prodejní výstavy	Výroční správy	Vzorky	Elektronické nakupování
Brožury a letáky	Přehlídky	Charitativní dary	Veletřhy a prodejní výstavy	Nakupování prostřednictvím teletextu
Prospekty a plakáty	Ukázky	Sponzorování		Zasílání informací faxem
Telefonní seznamy	Kupony	Publikace		Zasílání informací e-mailem
Billboardy	Slevy	Styky s místními komunitami		Telefonické rozhovory a vzkazy
Promítané reklamy	Úvěry s nízkým úročením	Lobbování		
Poutače	Slavnostní události	Prezentace v médiích		
Audiovizuální prostředky	Odkoupení staré verze při nákupu nové	Firemní časopisy		
Symboły a loga	Dlouhodobé programy	Slavnostní události		
Videokazety	Vázané obchody			

Osobní x manipulativní prodej

Nejstarší forma komunikačního mixu



Reklama

- Dobrý sluha, špatný pán.
- Nikdo není imunní.
- Zaměřeno na naše emoce.
- Často kupujeme naše sny o pořádku, pohodě, rozumnosti, starostlivosti, síle, zdraví, čistotě, svůdnosti apod.
- Cena za reklamu je vždy v ceně výrobků.
- Pomáhá vědět co chceme a co jsou naše priority.
- Když o něčem nevím, že to existuje, tak nekoupím ani dobrou věc.

Všudypřítomná mystifikace

- Bílá bělejší
- Vy zíráte, my zíráme
- Tady je svět ještě v pořádku!
- Zde jsem člověkem!
- Líbí se vám naše žlutá taška? Kupte si modrou!

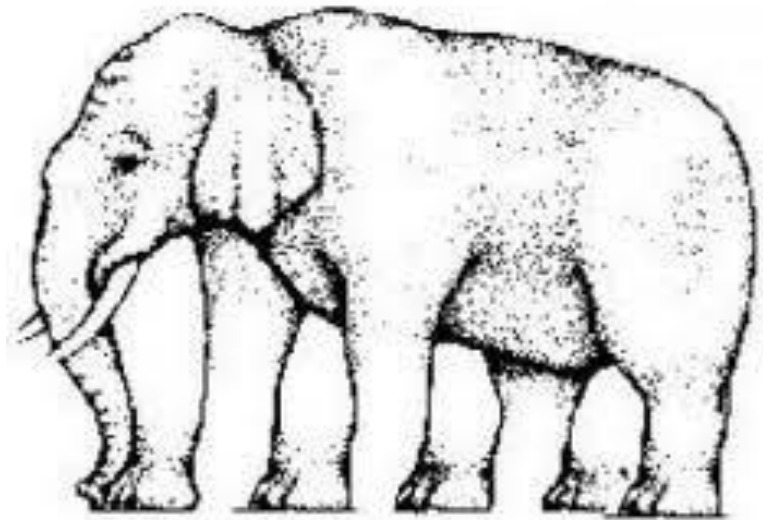


Levné není nejlevnější

aneb tradiční lákadla, které nás stojí hodně peněz

- Výprodeje
- Nízká cena
- Akční nabídky
- 2 v 1
- TV – seriály

Kolik nohou má slon?



Vždy pracují s naší psychikou.

Český sen



HYPERMARKET český sen

VAŠE SNY POD JEDNOU STŘECHOU

31. 5.! PRVNÍ DEN PŘEKVAPENÍ PRO KAŽDÉHO!

63,- Instantní káva extra silná 150 g	19,80 Slunečnicový olej 1 L	21,80 Zelené olivy
Kvalita 28,- Pomeranče španělsko 1 jak., 1 kg	Kvalita 26,- Jablka Gold 1 jak., 1 kg	18,80 Banány 1 kg Panama, Chile
31. 5.! 500,- Barvená přenosná TV rozdíl. do sboru, digitální 11", sodné baterie 150 min.	31. 5.! 2300,- Mobilní telefon SIEMENS	16,80 Pekárkový dort cappuccino

13,40

Pomerančový nektar 1 L

12,60

Tavný sýr 100 g

18,80

Mléčná čokoláda 200 g

2,60

Minerální voda 2 L
z vlny ČESKÝ SEN

STŘEDNÍ OTEVŘENÍ 31. KVĚTNA V 10:00
První den překvapení pro každého!
Ti, kteří si k tomu autu, například zkrátka: automobilové
kvalitní je připravena ZDARMA!
Parkování pro 3000 vozů s parkovací službou.
Otevření denně od 6:00 do 24:00 hod.
Další info: www.cesky-sen.cz

KDE NÁS NAJDETE, TO SE BRZY DOZVÍTE
OTEVÍRÁME V SOBOTU 31. KVĚTNA V 10:00

Podle čeho si vybíráte...

Koupili byste si zubní pastu, kterou neznáte z reklamy?

- Vyjímečně hořký, vyjímečně dobrý
- Jsme Vám blíž
- Zdraví, které chutná
- Pečení je radost
- Poctivá káva

ČESKÁ
SPORITELNA

DANONE



Osobní prodej - na co si dát pozor

- Pocit vyvolání viny
- Psychický nátlak na kupujícího
- osobní forma komunikace
- přímé působení na zákazníka, okamžité reakce
- Triky a nátlak je často tak silný, že pak nedokážeme říct ne.
- Pozitivní přístup - žádat zákazníky o objasnění námitek

Proces osobního prodeje z pohledu prodejce

1. Vyhledávání a posouzení potenc. zákazníků
2. Příprava na navázání kontaktu
3. Navázání kontaktu
4. Prezentace a demonstrace
5. Zvládnutí námitek
6. Uzavření obchodu
7. Péče po uskutečnění prodeje

Naučte se říkat NE!!!

- Kupujte jen to co potřebujete
 - Pečivo je v každém supermarketu až na konci a proč?
 - Nedávejte na sebe kontakt
-
- Já osobně nikdy nic nekoupím na první schůzce

Nebojím se říct ne

„Proč neumíme říkat ne?“

„Proč druhé neumíme odmítnout?“

Naučte se být lhostejní!!!

Nebojím se říct
NE

www.dtest.cz

Naučte se včas říkat ne! Jakmile objevíte ve schránce pozvánku, řekněte „ne“ a hned ji roztrhejte a hodte do koše. Když přijde sousedka či soused, abyste spolu jeli na předváděcí zájezd, řekněte „ne“. Zazvoní-li u dveří dealer, řekněte „ne“ a dveře zavřete. Vězte, že lepší radu, jak se spolehlivě ochránit, vám nikdo nedá.

Váš dTest

Mějte na paměti

Nabízené zboží je předražené,

Mnozí prodejci se ničeho neštítí

Zákon chrání, často jen na papíře.

Klam versus skutečnost

Dárky

Občerstvení

Mějte se na pozoru

Kocovina.

Nátlak a agrese.

Výhrůžky.

Něco málo ze zákona

Smlouvy uzavřené na předváděcích akcích a při podomním prodeji patří mezi spotřebitelské smlouvy uzavřené mimo prostory obvyklé k podnikání dodavatele/prodávajícího (§ 57 občanského zákoníku).

Podstatným a pro spotřebitele zásadním rozdílem oproti smlouvám uzavřeným v běžné obchodní síti je právo od smlouvy písemně odstoupit do 14 dnů od jejího uzavření. Nedošlo-li dosud ke splnění dodávky zboží či služeb dodavatelem, může spotřebitel od smlouvy odstoupit bez uvedení důvodů a bez jakékoliv sankce do 1 měsíce. Až rok na odstoupení má v případě, že o tomto právu nebyl informován.



VAROVNÝ DOKUMENTÁRNÍ FILM

NEPŘEDVÍDELNÝ NÁHOD
NAD 65 LET
ZDARMA

ŠMEJDI

CO SE SKRÝVÁ ZA PŘEDVÁDĚCÍMI
AKCEMI PRO SENIORY?

V KINECH OD 18. DUBNA

Někteří senioři se dušují, že už na žádnou akci nikdy
nepojedou, jiní to nevydrží a jedou znovu.

Co je žene?

Zvědavost? Samota? Nebo závislost?



Ceska televize



Produkcce - Třetíková

Společnost pro seniory



Společnost pro seniory



Společnost pro seniory



Společnost pro seniory



Společnost pro seniory



Společnost pro seniory



Společnost pro seniory



Společnost pro seniory

www.aerofilms.cz/smejdi

© Česká televize, BSI Studio s.r.o., Produkce Třetíková s.r.o., 2013 / foto: Tamás Tóth / grafický design: BY FRONT.CZ / Ondřej Marek

Pouliční prodejci

Braňte se před pouličními prodejci, abyste nepřišli o peníze.

■ Vyhněte se jim.

Nejjednodušší způsob, jak se s nimi vůbec nedostat do kontaktu.

■ Nemluvte s nimi.

Nevidíte je, neslyšíte je, nenavazujete s nimi oční kontakt.

■ Opakujte „ne“.

Je-li prodejce neodbytný a jde za vámi, říkejte „ne“, „nemám zájem“ a hlavně se nezastavujte.

■ Nebudte zvědaví.

Nejčastějším důvodem, proč lidé naletí a nechají se zviklat, je zvědavost.

■ Nedávejte na sebe

kontakt. Pokud jste se již dali do řeči s prodejcem a chce po vás kontakt, důsledně odmítněte. Na dlouhou dobu byste se ho nezbavili.

■ Nic nepodepisujte.

Hlavní zásada, které se musíte zuby nehty držet.

Nejde o Vás, ale o peníze!!!

	2011	2010
TV	29 162 723	25 587 562
tisk	19 500 741	21 553 641
internet celkem*	9 584 401	7 716 454
internet - display	4 099 919	4 251 965
OOH	3 676 360	3 285 289
rádio	1 122 994	1 284 310

Pozn.: Celkové výdaje za všechny formy internetové reklamy

Top zadavatelé v roce 2011

Zadavatel (vlastník značky)	2010	Nárůst
HENKEL ČR	1 446 522 363 Kč	-3,91 %
Procter & Gamble Czech Republic	1 546 607 652 Kč	-13,80 %
UNILEVER ČR	1 208 616 407 Kč	-1,36 %
Lidl Česká republika	843 443 119 Kč	29,89 %
L'oréal Česká republika	854 283 651 Kč	12,33 %
T-Mobile Czech Republic	786 768 936 Kč	13,71 %
Telefónica Czech Republic	632 019 254 Kč	19,99 %
Vodafone Czech Republic	1 139 321 792 Kč	-39,79 %
Mountfield	576 716 831 Kč	15,94 %
Danone	477 675 495 Kč	23,77 %
Hyundai Motor Czech	282 265 679 Kč	107,02 %
ŠKODA AUTO	537 457 144 Kč	2,72 %
WALMARK	372 993 191 Kč	46,93 %
Nestlé Česko	652 786 100 Kč	-19,26 %
Karlovarské minerální vody	417 584 750 Kč	24,59 %
Československá obchodní banka	462 126 982 Kč	12,06 %
Johnson & Johnson	378 874 575 Kč	28,43 %
Komerční banka	413 684 320 Kč	15,24 %
GlaxoSmithKline	431 864 374 Kč	10,27 %
Tesco Stores ČR	482 083 963 Kč	-2,68 %
Ferrero Česká	376 169 318 Kč	15,97 %
Česká spořitelna	436 658 893 Kč	-4,01 %
Beiersdorf	394 364 247 Kč	2,23 %

Funkce reklamy

Informuje – nové technologie

Přesvědčuje - v prostředí intenzivní konkurence -
srovnávací reklama

Prodává / připomíná – známé produkty

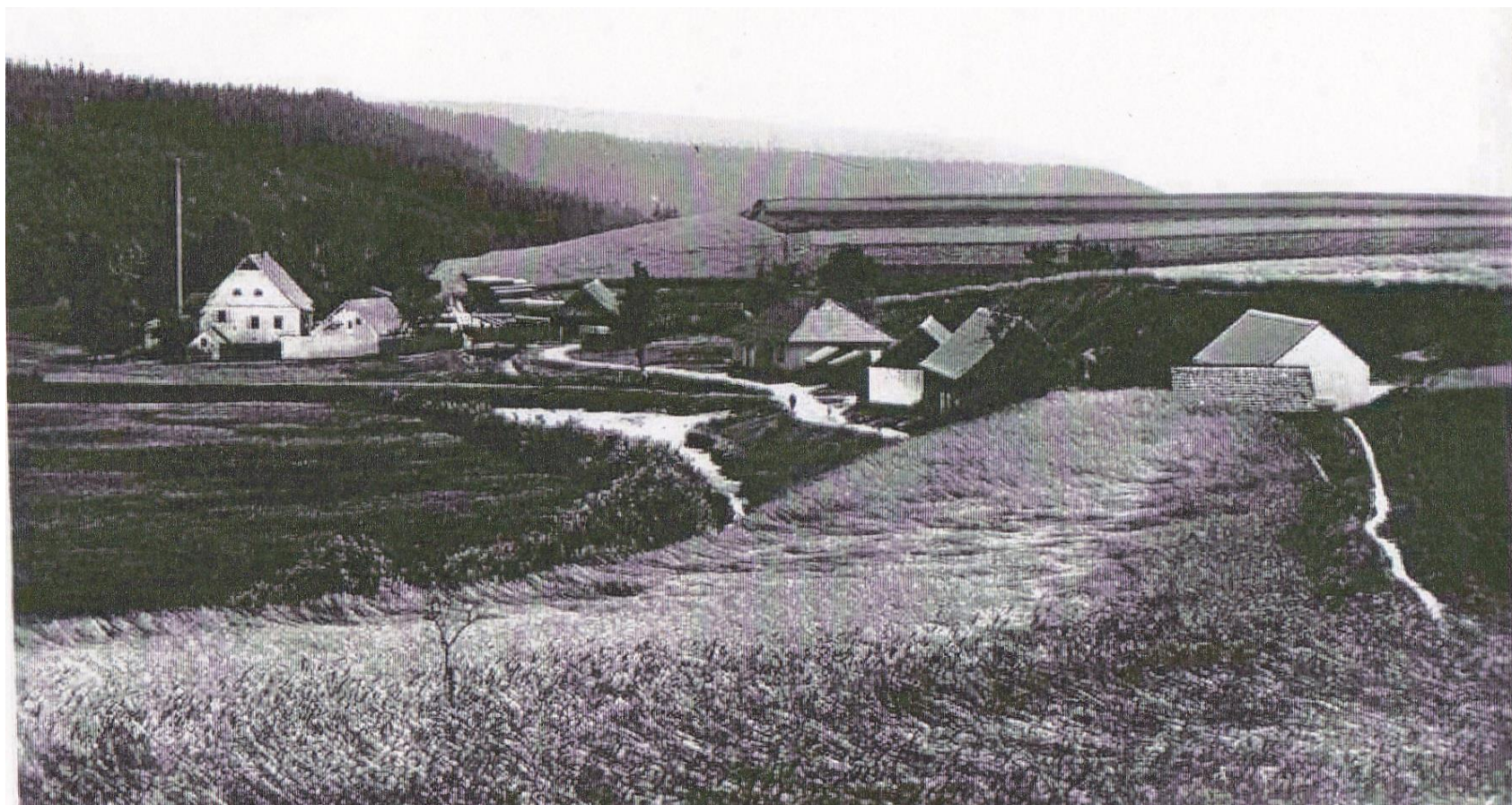
Práva a povinnosti spotřebitele

- Viz. speciální list
- Kam se obrátit o informace a pomoc?
 - Občanské sdružení spotřebitelů TEST www.dtest.cz
 - www.spotrebitel.net
 - Česká obchodní inspekce www.coi.cz
 - (dříve Sdružení obrany spotřebitelů – ukončilo svojí činnost)

Kontrolní otázky

- Kde najdete informace k řešení spotřebitelských problémů...?
- O co jde v reklamně především...?
- Jaké jsou funkce reklamy...?

U Pelejevých



Penzion U Pelejevých



Na samotě u lesa



Penzion U Pelejevých

místo, kde jste vítáni



Zveme Vás do našeho rodinného penzionu. Najdete jej na Vysočině nedaleko Telče.

Ať už k nám zavítáte s dětmi prožít rodinnou dovolenou, objevovat krásy okolí, užívat si pohyb nebo klid a pohodu, nebudete zklamáni.

Najdete u nás pohodlné nově rekonstruované pokoje se sociálním příslušenstvím. K dispozici budete mít také společenskou místnost, kuchyňku, dětské hřiště, půjčovnu kol a relaxační zónu s koupacím sudem a saunou.

*Přijedte, těšíme se na Vás.
Pelejevi*



- dětské hřiště
- venkovní fitness
- sauna
- poloha blízko lesa na okraji obce
- koupací sud
- venkovní terasa s posezením
- půjčovna kol, elektrokol a sportovního vybavení
- vybavení pro děti
- ideální podmínky pro pěší výlety a cykloturistiku
- houbaření, sběr lesních plodů



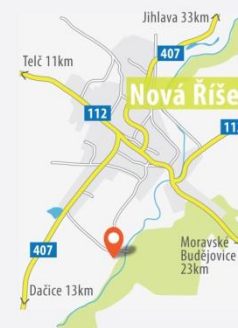
Kontakt:

Penzion U Pelejevých
U Pelejevých 127
588 65 Nová Říše

Tel.: +420 724 711 217
+420 607 166 987

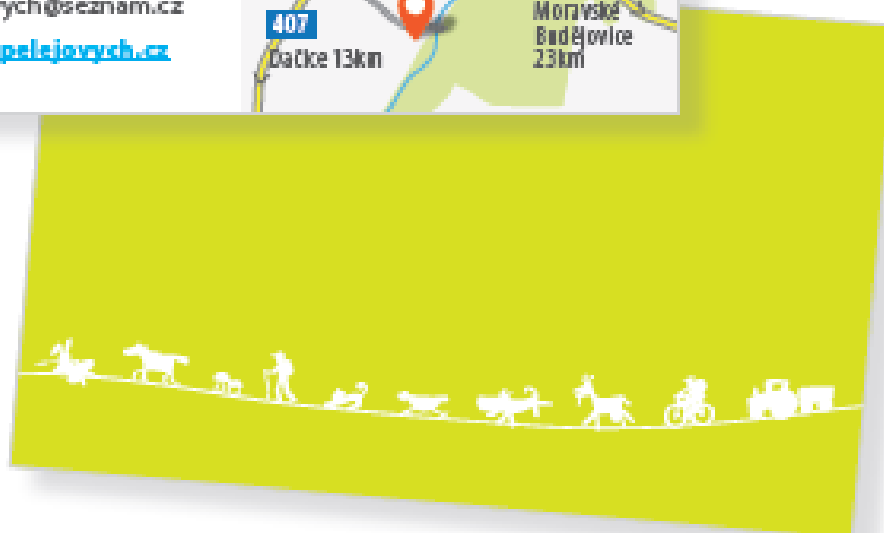
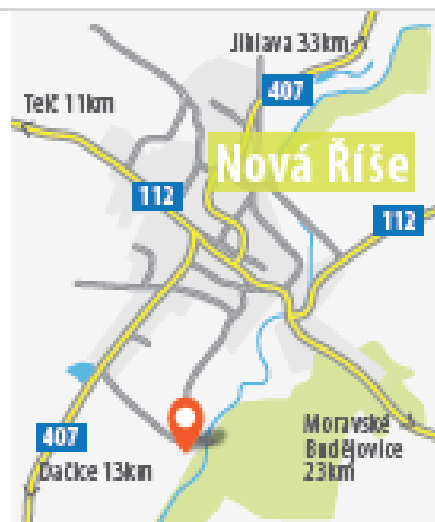
E-mail:
upelejevych@seznam.cz

www.upelejevych.cz



Penzion U Pelejevých

U Pelejevých 127
588 65 Nová Říše
Tel.: +420 724 711 217
+420 607 166 987
upelejevych@seznam.cz
www.upelejevych.cz





Kontakt

Ing. Dana Posádová
U Pelejevých 127
588 65 Nová Říše

E-mail: danice.posadova@seznam.cz

Tel.: +420 724 711 217

DĚKUJI VÁM ZA POZORNOST



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ