



# MARKETING NOVÉHO PRODUKTU

## Abstrakt:

Bakalářská práce se zabývá marketingovým plánem nového produktu. Jedná se o komunikační zařízení MEDICOMTER, které zefektivňuje a urychluje komunikaci mezi technicky znalou osobou a zdravotnickým personálem. V úvodu teoretické části je popis metod komunikace ve zdravotnictví, představení pojmu IoT, bezpečnosti, bezdrátové komunikace a seznámení s komunikačními protokoly. Další kapitola je věnována marketingovému plánu, jeho významu a struktuře. V praktické části je představen produkt MEDICOMTER a firma HARDWARIO. Součástí práce je PESTEL analýza, Porterova analýza pěti sil a SWOT analýza. Dále jsou definovány marketingové cíle, zacílení na segmenty, propagace zařízení a návrh rozpočtu propagace.

## Závěr:

- Na základě bakalářské práce bylo zjištěno, že zařízení MEDICOMTER nabízí zdravotnickým zařízením kvalitní, modifikovatelný prostředek s vysokou bezpečností pro zasílání zpráv bez nutnosti vysokých investic do školení pracovníků. Jedná se o zařízení, které lze provozovat dlouhé měsíce na jednu baterii a jeho obsluha je intuitivní.
- Slabinou v sledované oblasti je nízké povědomí o existenci produktu v širší odborné veřejnosti. Proto by se výrobce měl zaměřit na propagaci produktu dle nástrojů uvedených v praktické části. Bude prováděna osvětová a předváděcí činnost ve zdravotnických zařízeních s důrazem na využití stávajících medicínských.

## Využití nástrojů marketingové komunikace:

Cílová skupina	Nástroje marketingové komunikace						
	Veletřhy	Podpora prodeje	Tištěné propagační materiály	Reklama v odborném tisku	Internet	Sociální sítě	Prodejní prezentace
Primární cílová skupina	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓
Sekundární cílová skupina	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓

- Cílem je implementovat zařízení MEDICOMTER do běžného provozu v klinickém a vědeckovýzkumném pracovišti IKEM a dvou dalších zdravotnických zařízeních. K dosažení tohoto cíle byl proveden průzkum a segmentace trhu. Do primární cílové skupiny byly zařazeny Fakultní nemocnice, nemocnice a velká sdružená ambulantní zařízení. Do sekundární cílové skupiny byly zařazeny menší zdravotnická zařízení, např. ordinace lékaře specialisty, samostatná transfuzní stanice a hemodialyzační středisko. Na obě skupiny bude zacílena reklama na internetu a sociálních sítích. Prodejní prezentace budou převažovat, jelikož je upřednostněn individuální přístup ke každému zákazníkovi a pomoc při implementaci produktu.

## English Summary:

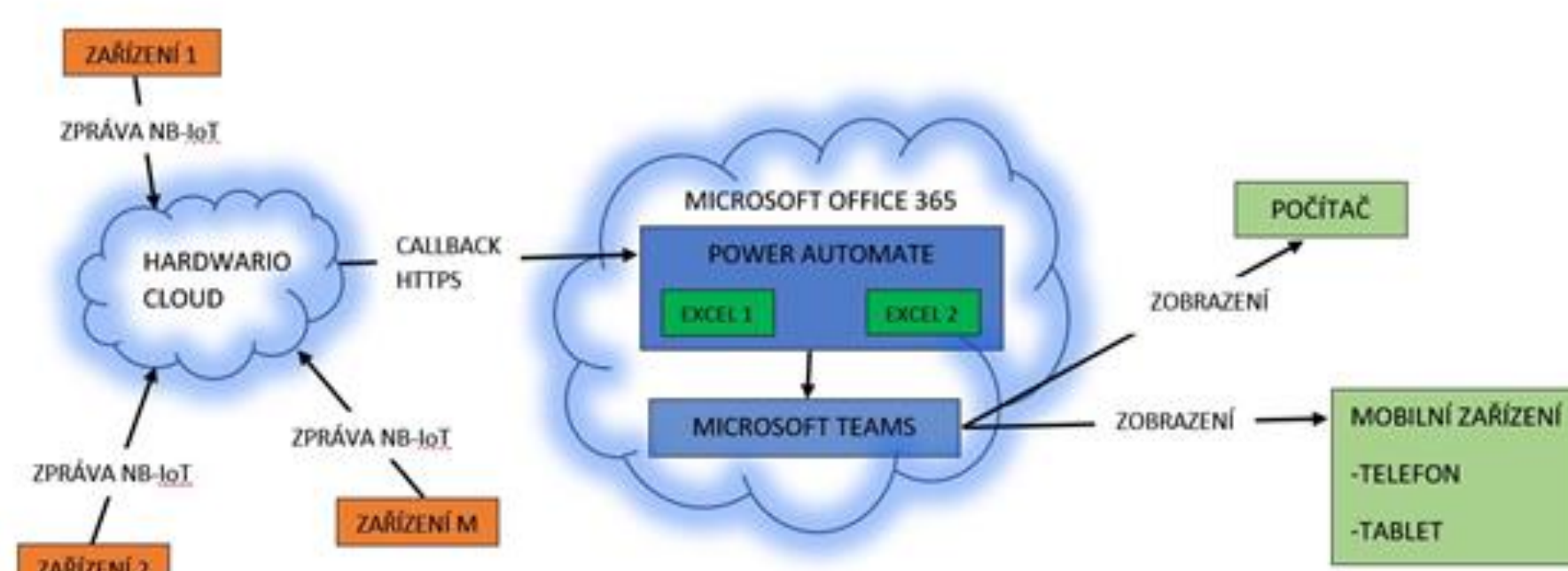
The bachelor thesis deals with a marketing plan for a new product. It is a MEDICOMTER communication device that streamlines and speeds up communication between a technically knowledgeable person and medical personnel. The theoretical part starts with a description of the methods of communication in the healthcare industry, introducing the concept of IoT, security, wireless communication and introduction to communication protocols. The next chapter is dedicated to the marketing plan, its importance and structure. In the practical part, the MEDICOMTER product and the HARDWARIO company are introduced. The thesis includes PESTEL analysis, Porter's five forces analysis and SWOT analysis. Furthermore, marketing objectives, segment targeting, promotion of the device and promotion budget proposal are defined.

## Produkt MEDICOMTER:



Zdroj: Šramhauserová, 2021

## Schéma přenosu informace:



Zdroj: Šramhauserová, 2021

- Návrh rozpočtu na propagaci produktu byl navržen v celkové částce 382 000 Kč. Výrobní náklady na jeden výrobek činí 9 000 Kč a je složen z ceny nákupu hardwaru v částce 7 000 Kč a implementace softwaru v částce 2 000 Kč. Uvedení produktu MEDICOMTER na trh bylo plánováno s prodejní cenou 10 000 Kč pro velkoobchod. Měsíční pronájem zařízení vyjde zákazníka na 500 Kč.

## Návrh rozpočtu propagace:

Akční program	Předpokládané výdaje v Kč
Online reklama	120 000
Natočení propagačních videí, fotografií	80 000
Příprava a tisk reklamních materiálů	20 000
Reklama v odborných periodících	40 000
Reklamní předměty	12 000
Účast na veletrzích	110 000
Celkem plánované náklady	382 000