

# Vyhodnocení zavedení inovačního produktu

## „Chytré auto“ od T-Mobile na trh

Bc. Monika Boháčová

České vysoké učení technické v Praze

Masarykův ústav vyšších studií

2018/2019



### Abstrakt

Cílem diplomové práce je představení zavedení produktové inovace. Na praktickém příkladu inovačního produktu Chytré auto od společnosti T-Mobile je ukázáno, jak konkrétní společnost zaváděla produkt na trh a jakými fázemi při zavádění procházela. Proces uvedení produktu na trh je obohacen o inovační prvky, které společnost používala při procesu, především tehdy, když chtěla zvednout povědomí o produktu. Teoretický úvod definuje marketingový mix modelů 4P a 4C, tržní segmentaci a přibližuje pojem inovace a důvody proč inovovat. Závěrem práce je zhodnocení zavedení produktu na trh a návrhy, co společnosti mohla při uvádění inovačního produktu udělat lépe.

### English summary

The aim of the final Thesis is to present the introduction of product innovation. On the practical example of the T-Mobile Smart Car product, it's shown how company introduced the product to the market and which phases development went through. The product launch process is enriched by the innovative features that the company used in the process, especially when it wanted to raise product awareness. The theoretical introduction defines the marketing mix of 4P and 4C models, market segmentation and introduces the concept of innovation and the reasons for innovation. The conclusion of the work is to evaluate the introduction of the product to the market and suggestions what company could have done better when introducing product.

### Proces zavedení inovace na trh

#### 3 etapy



### Závěr

Celkově zavedení inovace hodnotím pozitivně. Společnost T-Mobile správně vycítila příležitost na trhu s rostoucím datovým využitím a českým spotřebitelům nabízí produkt, který tu nikdo před nimi ještě nenabízel.

Produkt Chytré auto se na českém trhu nabízí téměř dva a půl roku. Produkt se od uvedení v prosinci roku 2016 poměrně dost změnil, jelikož i po uvedení proces inovování neskončil. Společnost stávající vlastnosti vylepšuje a přidává nové funkce zařízení. Potřebné změny vycházejí ze vnímání potřeb zákazníků, a tím si společnost zajišťuje úspěšné výsledky, jelikož nové funkce zajímají stále širší potenciální trh.

