

Metodika Value For Money

Value for Money je ve výzkumu trhu unikátní koncept, který pomáhá při rozhodování o nastavení cen, komunikace i cílů. Umožňuje najít příležitosti k úsporám i k investicím.

Kdy se začít o metodiku Value for Money zajímat?

Kdykoli nastavujete cenu produktu nebo služby; v konkurenčním prostředí „pouze“ přináší výhodu, na saturovaném trhu však pomůže přesně identifikovat tenkou hranici mezi úspěchem a propadákem.

Jakou roli hraje cena při rozhodování o nákupu vašich služeb? A jakou kvalita či další parametry?

Jsou vaše investice do komunikace odůvodněné? Rozumíte své „value for money“?

Vyhledávají vaši zákazníci nejlevnější nabídku, nebo dají přednost transparentní nabídce za férovou cenu? Jaká je to cena? A čím má být vyvážená?

Jak zákazníci vnímají vaši hodnotu v porovnání s konkurencí?

- Pokud dobře – umíte to „prodat“?
- A pokud špatně – jak to efektivně zlepšit a proč?



Kontakt:

Jiří Svoboda
Sales & Marketing Director

tel.: +420 296 555 600
e-mail: jiri.svoboda@gfk.com

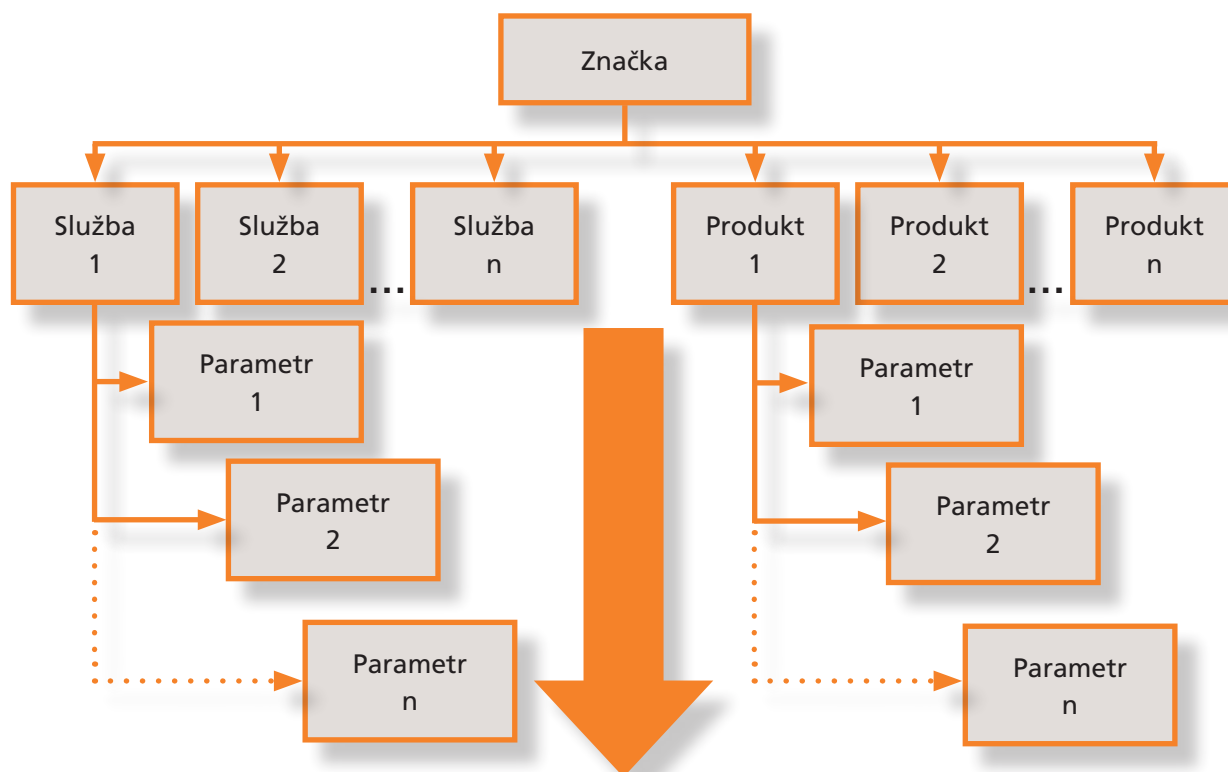
GfK Czech, s.r.o.
www.gfk.cz, www.gfk.com

Richard Hospodský
Expert Service Director

tel.: +420 296 555 600
e-mail: richard.hospodsky@gfk.com

Celkovou image značky ovlivňuje vždy více parametrů. Některé jsou skutečně podstatné, o jiných to zákazníci pouze říkají. Každý tvrdí, že cena spolurozhoduje, někdy i dost podstatně. Ale který zákazník přizná, že se mu zdá produkt levný a dobrý? Nebo že vlastně vůbec neví, kolik platí, ale spokojen přesto není? Možná by byl dokonce spokojenější, kdyby zaplatil víc...!

Ptáme se zákazníků: „Jak jste spokojeni s poměrem kvalita / cena u ...?“



...typické odpovědi, které získáte...

- **co / o kolik můžeme zdražit, kde / o kolik můžeme ušetřit,**
kde dodáváme zbytečně luxusní službu či levný produkt
- **na co se soustředit při komunikaci a prodeji,**
co jsou dle vnímání zákazníků naše silné stránky
- **které produkty / služby můžeme v rámci optimalizace nákladů potlačit,**
které nejsou pro klienty hodnotou a investice do nich je neefektivní



Kontakt:

Jiří Svoboda
Sales & Marketing Director

tel.: +420 296 555 600
e-mail: jiri.svoboda@gfk.com

GfK Czech, s.r.o.
www.gfk.cz, www.gfk.com

Richard Hospodský
Expert Service Director

tel.: +420 296 555 600
e-mail: richard.hospodsky@gfk.com