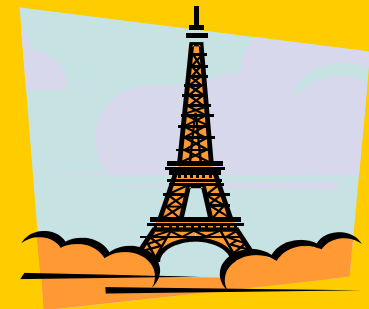
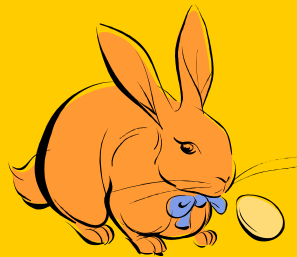
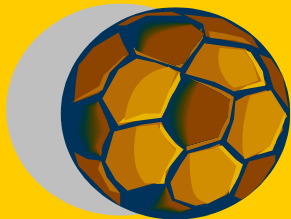
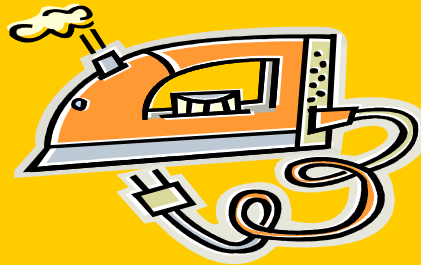
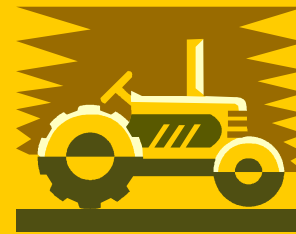
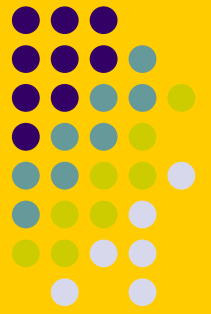


Produkt v EU





adaptace produktu na trzích EU:

- spotřební zboží ← suroviny →
- odlišnosti v potřebách zákazníků
- odlišnosti v podmínkách používání a spotřeby – vzorce kupního a spotřebního chování (Schweppes tonic water – jako nealko nápoj ve francii, jako základ pro míchané alkoholické nápoje ve Velké Británii)
- odlišnosti v koupěschopnosti (prací prášky Henkel)
- odlišnosti v technických standardech
- odlišnosti v legislativních požadavcích, národních regulacích
- silné kulturní odlišnosti působící na koupi a užití.....
- marže a náklady

pračka v Evropě: Italové – nižší než v jiných zemích, Francouzi, Italové a Britové užší, Švédové a Němci – širší, Briti – s vrchním plněním, ostatní s předním plněním,buben – nerez vs plast, ohřívání vody, bez ohřívání vody, kapacita, rychlost otáček, design, barva.....

Electrolux a lednice a mražák – Skandinávci – velké, mražák dole, Jih- malé, mražák nvrchu, Británie – mražák -60% prostoru



PRODUKT A JEHO VRSTVY

Adaptace nebo standardizace?

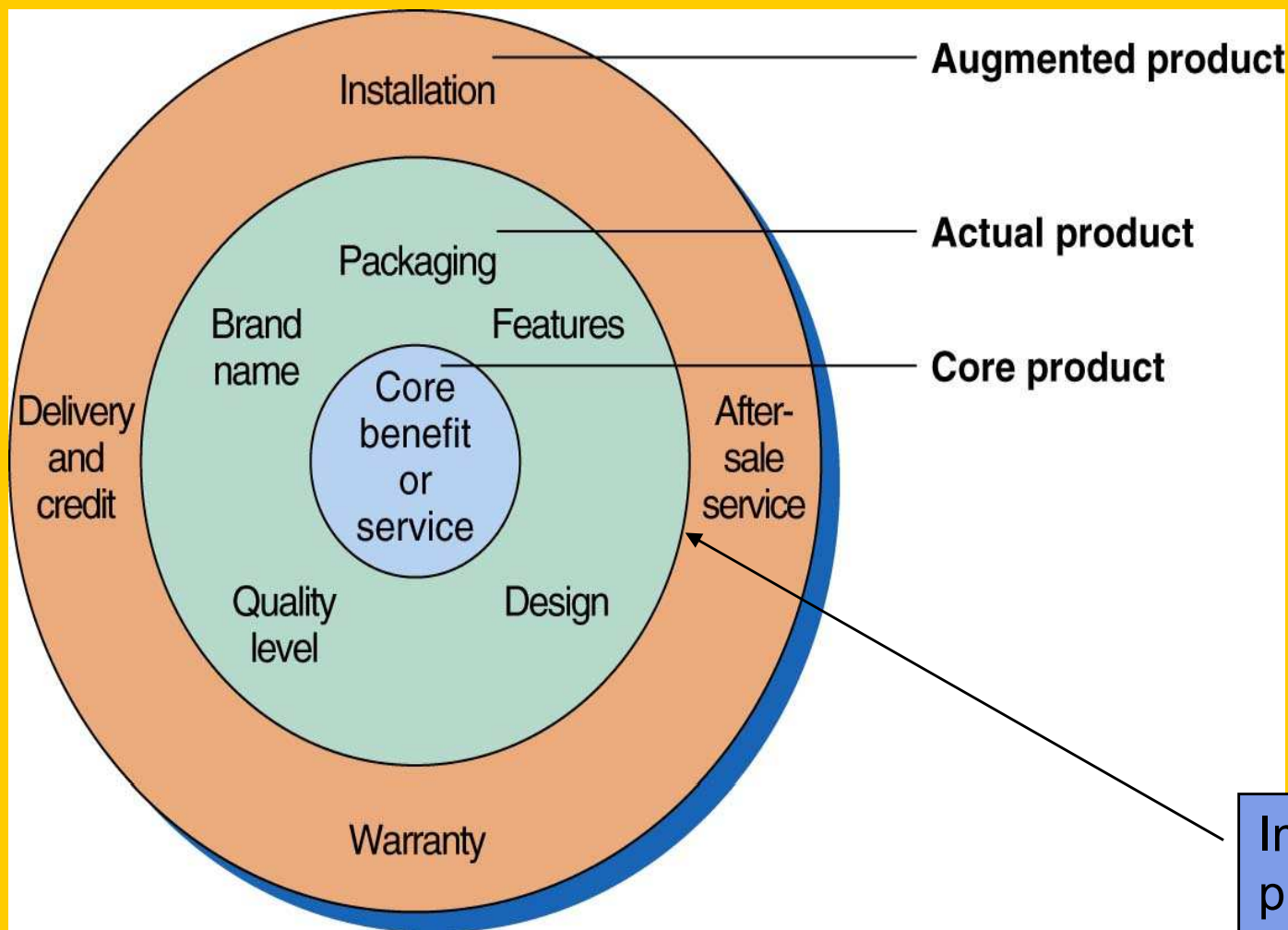


Image krajiny
původu + jiné
„národní“
nehmotné atributy



● Rozhodování o produktu

Kinder
Mon Chéri
Brother

Atributy produktu

kvalita,
vlastnosti,
styl a
design

Značka
sponzorství,
název
atributy
benefity
hodnoty
ochrana

Obal a
Etiketa

materiál,
barvy
povinné a
nepovinné
informace

VIEW test:
-visibility
(rozlišitelnost)

-information
(rychlá
komunikace
charakteru
produktu)

-emotional impact
(pozitivní vímání)

-workability
(ochrana a
efektivní použití)

Diet Coke
vs Coke
Light

Belgie – fr. + fl., SF – fi + šv

Eco-labeling

Hořčice v tubě,
obaly mléka

Recyklace obalů – Německo
!!! + minimum obalu



služby

- Oprava a údržba,
- poprodejní služby
- Instalace
- Návody a manuály
- Čas dodání
- Záruky
- Dostupnost náhradních dílů
- Vrácení zboží (vadného i bezvadného)

Úroveň znalostí a zkušeností

Výše nákladů na pracovní sílu

Úroveň gramotnosti

Geografická vzdálenost

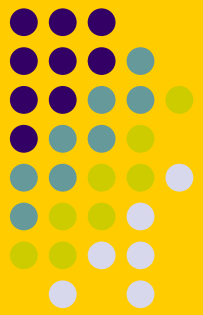
Odlišnost poskytování služeb

McDonald's, Heineken – adaptace v Evropě



- http://www.mcdonalds.bg/new_md/display.php?p=menu&pp=deserti
- <http://www.mcdonalds.cz/>
- <http://www.mcdonalds.se/>
- <http://www.mcdonalds.it/prodotti/coffee.asp>
- <http://www.heineken.com>

- Seznam.cz – španělsky „chléb“
- <http://en.wikipedia.org/wiki/Bread>
- <http://commons.wikimedia.org/wiki/Bread?uselang=de>



EU – produkt:

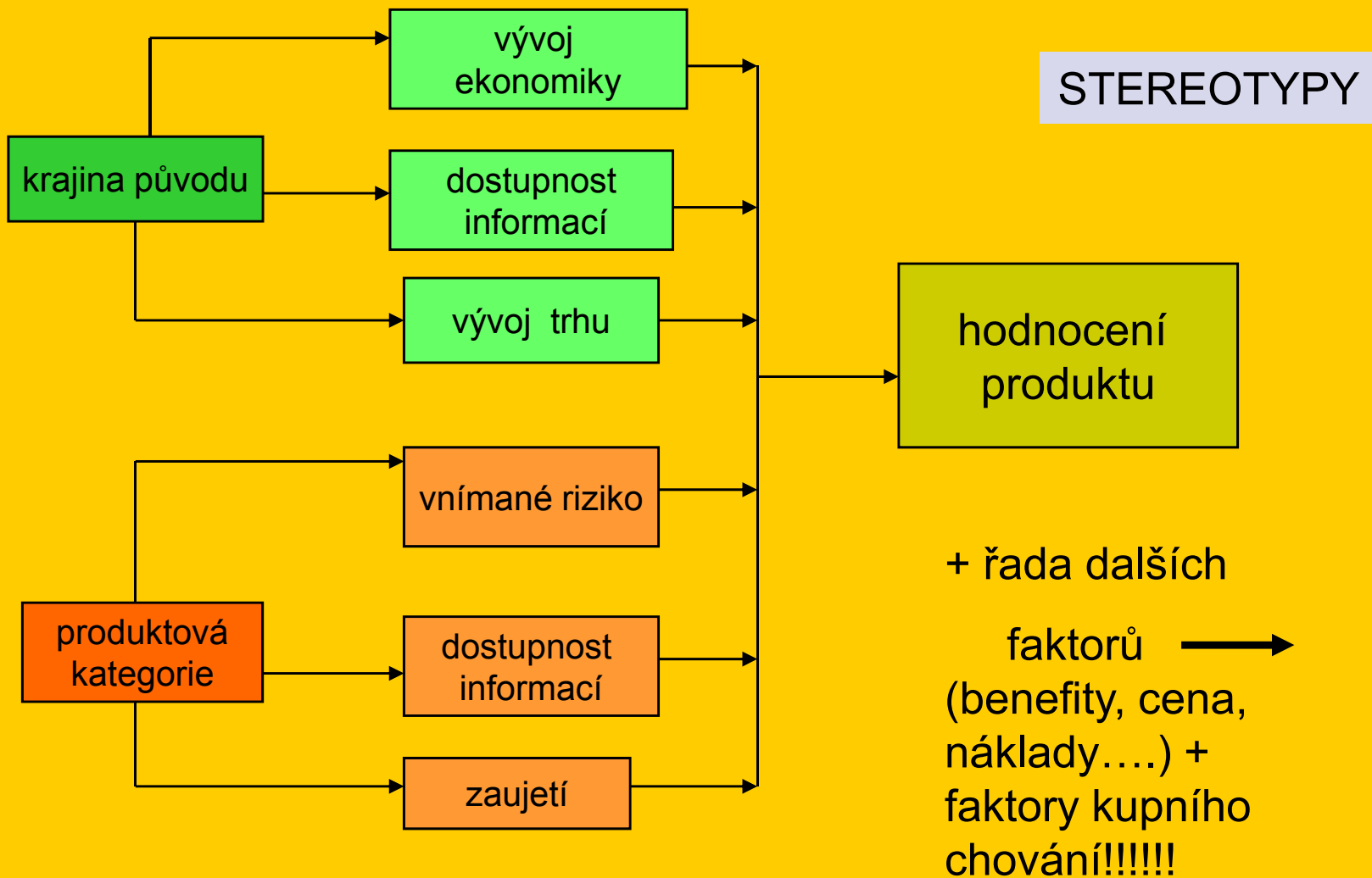
- světové standardy (ISO, Codex Alimentarius)
- evropské nařízení, směrnice, doporučení + CEN + CENELEC+ETSI
- národní směrnice - ochrana domácího trhu.....????
např. německé normy DIN, britské BS
- obal: klima v zemi dovozu a v zemích transportu
délka a charakter transportu, logistické sítě a dopravní infrastruktury
velikost balení (směrnice – máslo, mléko, káva, těstoviny, rýže, cukr, víno, lihoviny; preference; kupní síla – prací prášky – maxi, multipack...balení)
požadavky na recyklaci a odpadové hospodářství + zpětnou logistiku + poplatky (vratné láhve)
požadavky na materiál (požadavky dovozce, národní legislativa, kupní preference)
- etiketa (informační požadavky – evropské, národní – např. vícejazyční)
- značení (např. kvalita, likvidace, životní prostředí, ceny....)



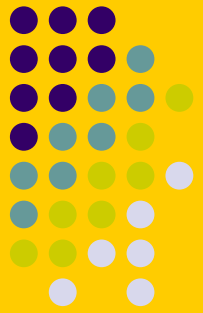
- působení „krajiny původu“ „Made in“ - image krajiny, image výrobce, image distributora, image značky - funkční (fyzické atributy a atributy služeb) a symbolický

Brand Image Power Index: share of mind, share of heart, value (for money), momentum (potenciál pro budoucnost), singularity (výběr)

- krajina původu: designu, montáže (výroby), součástek, služeb – servis, záruka, náhradní díly....
- vícekriteriální model:



produktové strategie:



rozdílná

k
o
m
u
n
i
k
a
c
e

standardizace
produktu,
adaptace komunikace

duální adaptace
(k a p)

duální extenze
(standardizace
k a p)

adaptace produktu,
standardizace komunikace

stejná/ý

PRODUKT

rozdílný



EU a produktové právo

- technická harmonizace - starý přístup, nový přístup, novostarý přístup (např. potraviny)

„neopodstatněné technické předpisy“ informační systém TRIS

http://ec.europa.eu/enterprise/tris/index_en.htm

anebo <http://www.mpo.cz/dokument13554.html>

Úřad pro technickou normalizaci, metrologii a státní zkušebnictví

- regulovaná oblast vs neregulovaná oblast
- CE (Conformité Européenne) označení „evropské shody“ s danými směrnici (techn. dokumentace)
- ochranná známka pro EU Úřad pro harmonizaci vnitřního trhu v Alicante <http://www.ochranné-znamky.info/>

- www.evropska-unie.cz legislativa Týden v Evropě

- <http://eur-lex.europa.eu/cs/index.htm>

„legislativa“ v EU

Produkty v EU – MPO: <http://www.mpo.cz/cz/eu-a-vnitri-trh/zbozi/>



zdroje informací o produktu – příklady:

Německo:

- průmyslové a obchodní komory a jejich sdružení DIHT (Deutscher Industrie und Handelstag) - www.ihk.de např. www.berlinihk24.de „Was geht, was kann schwierig werden....“
- Spolkový svaz německého průmyslu BDI (Bundesverband der Deutschen Industrie) - 35 německých oborových svazů - www.bdi-online.de
- internetové vyhledávače www.allesklar.de nebo <http://web.de>
- Bundesministerium fuer Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz www.bmelv.de např. Lebensmittelkennzeichnung - Lebensmittelsicherheit

Dánsko:

- obchodní komora (Det Danske Handelskammer) www.commerce.dk
- Min. hospodářství www.oem.dk/eng/ministry/index.html
- Min. průmyslu a obchodu www.em.dk
Obchod Kontakt Marketing 3/2003

Švédsko: www.swedishtrade.com

www.svenskhandel.se www.slv.se www.kommers.se

- www.businessinfo.cz, <http://exporter.ihned.cz/>

Španělsko

- www.aenor.es Asociace pro normalizaci a certifikaci
- www.mineco.es Ministerstvo hospodářství
- www.interspain.com informace o Španělsku
- internet. vyhledávač www.hispavista.com

