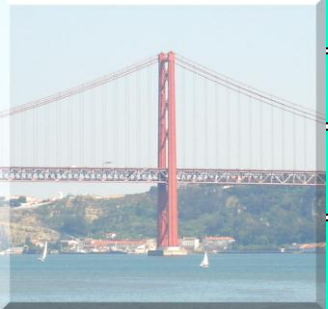
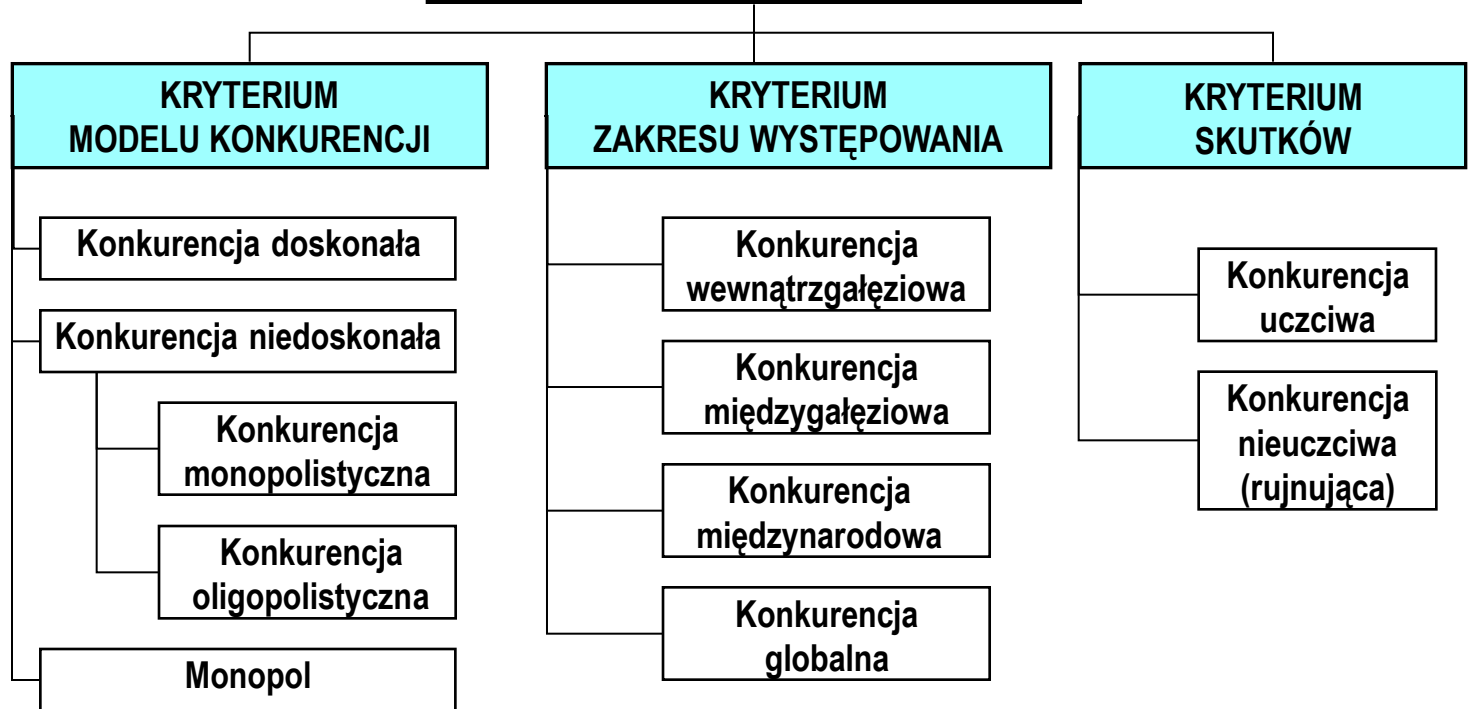




RODZAJE KONKURENCJI



RODZAJE KONKURENCJI





UNIWERSYTET GDAŃSKI

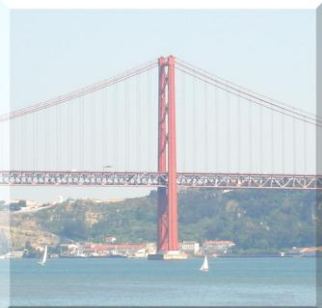


NARZĘDZIA KONKURENCJI

- KONKUROWANIE CENĄ
- KONKUROWANIE JAKOŚCIĄ
(w tym również wprowadzanie nowych produktów i usług)
- KONKUROWANIE OBSŁUGĄ
- KONKUROWANIE KOMUNIKACJĄ I INFORMACJĄ
(m.in.narzędzia marketingowe)



UNIwersYTET GDAŃSKI



Forma konkurencji	Stosowane narzędzia
Konkurencja cenowa	<ul style="list-style-type: none">poziom ceny usługipoziom cen usług towarzyszącychceny promocyjne i upusty cenowewarunki płatności
Konkurencja jakościowa	<ul style="list-style-type: none">jakość usługistosowanie nowoczesnych technologiiwprowadzanie nowych usługoferowany asortymentelastyczność dostosowywania usługi do potrzeb klientówrenoma firmyproekologiczne cechy usług
Konkurencja obsługą	<ul style="list-style-type: none">zakres usług świadczonych „w pakiecie”kompleksowość obsługidostępność usługi na rynkuzapewnienie dogodnego czasu i miejsca nabycia usługizróżnicowanie kanałów dystrybucjijakość obsługi klienta
Konkurencja komunikacją i informacją	<ul style="list-style-type: none">reklamapromocja sprzedażypublic relationsprogramy lojalnościoweutrzymywanie kontaktu z klientamiszybkie reagowanie na sygnały klientówwykorzystanie internetu w celach komunikacji i informacji system, komunikacji on-line