

Zjištění zisku strategie marketingového mixu

Firma Ares, s. r. o. vyrábí multifunkční vesty z dutého vlákna v nákladech rovnajících se 1500,- Kč/ks. V rámci spolupráce s prodejní sítí dává provize a rabaty v celkové hodnotě 250,- Kč/ks. Náklady se sestávají z variabilních nákladů ve výši 850,- Kč/ks a fixních nákladů ve výši 600,- Kč/ks. Odhadované marketingové náklady v přepočtu na jeden ks budou činit 50,- Kč.

Výrobek je prodáván za 2150,- Kč. Odhadované prodané množství je 500 kusů.

Určete:

- 1) Hrubé jednotkové ziskové rozpětí (gross contribution margin per unit)
- 2) Hrubé ziskové rozpětí (gross contribution margin)
- 3) Zjistěte celkový zisk na jednotku
- 4) Navrhněte možnou strategii, návrhy a doporučení pro zjištěnou situaci

Z- celkové zisky

P – ceníková cena

k – sleva na jednotku (sleva na provizích, rabat)

c – variabilní náklady na výrobu a distribuci (náklady na pracovní sílu atd.)

Q – počet prodaných jednotek

F – fixní náklady (platy, nájem, elektřina)

M – marketingové náklady, ponechané volnému uvážení

Ad 1.

$$[(P-k) - c] = [(2150 - 250) - 850] = 1050,- \text{ Kč/ ks}$$

Ad 2.

$$[(P-k) - c] * Q = [(2150 - 250) - 850] * 500 = 525000,- \text{ Kč netto příjem}$$

Ad3.

$$Z = [(P-k) - c] * Q - F - M = [(2150 - 250) - 850] * 500 - 600 * 500 - 50 * 500 = 525000 - 300000 - 25000 = 200000,- \text{ Kč}$$

Ad 4.

Např. změny v nákladových položkách, lepší využití marketingových prostředků a aplikace poznatků marketingového výzkumu na sledovanou problematiku.