

Občanství úloha 3 - ano-ne

Tomáš Baťa a komplexní vliv počasí na obchod

Tomáš Baťa, zakladatel světoznámého obuvnického podniku, byl známý svou prozíravostí a smyslem pro detail. I když se na první pohled nemusí zdát, že by počasí bylo pro prodej bot důležité, Baťa si byl velmi dobře vědom jeho významu. Věděl, že meteorologické podmínky přímo ovlivňují nákupní chování zákazníků. **(1) Tato preciznost v predikci poptávky mu umožňovala minimalizovat riziko hromadění neprodejných zásob, což bylo v té době pro konkurenty častým problémem.**

Například, když přšelo, lidé přirozeně potřebovali odolnější a nepromokavou obuv, jako jsou holínky nebo pevné kožené boty. Naopak za slunečných letních dnů stoupala poptávka po sandálech a lehké letní obuvi. Baťa proto dbal na to, aby jeho prodejny byly vždy připraveny na aktuální počasí. **(2) To znamenalo nejen mít dostatečné zásoby správných typů bot, ale také správně načasovat marketingové akce a výlohy. (3) Jeho prodejci byli školeni, aby počasí používali jako přímý argument při komunikaci se zákazníkem, čímž zvyšovali konverzní poměr pro daný typ obuvi.**

Jeho snaha o maximální efektivitu zahrnovala i pečlivé sledování předpovědí počasí. **(4) Pokud se předpokládala vlna chladu, prodejci věděli, že mají prioritně nabízet zateplené boty a kozačky.** Zároveň Baťa využíval sezónních výkyvů k dynamické cenotvorbě; **(5) například při nečekaném prodloužení léta udržoval vyšší ceny letní kolekce,** kdežto při brzkém nástupu zimy urychlil výprodej starších sandálů.

(6) Tento komplexní přístup k podnikání, který bral v úvahu i zdánlivě malé detaily jako počasí, byl jedním z klíčů k jeho úspěchu. Ukazuje, jak hluboce Baťa rozuměl trhu a potřebám svých zákazníků. Schopnost operativně reagovat na klimatické podmínky se stala jednou z jeho konkurenčních výhod, která mu umožnila dlouhodobě dominovat obuvnickému trhu.

Klíč

1. **Ne** (Baťa riziko minimalizoval, konkurenti s tím měli problém).
2. **Ano** (správné načasování výloh patřilo k přípravě na počasí).
3. **Ne** (naopak ho měli používat jako přímý argument).
4. **Ano** (při očekávaném chladu nabízeli zateplenou obuv prioritně).
5. **Ne** (při prodloužení léta udržoval ceny vyšší).
6. **Ne** (byl to jeden z klíčů k jeho úspěchu).