



СТРАТЕГИЈА ПОСЛОВНОГ КОМУНИЦИРАЊА

ЗНАЧАЈ КОМУНИЦИРАЊА У ПОСЛОВНОМ МАРКЕТИНГУ

- Промоција представља једини инструмент маркетинг микса преко кога компанија обавештава тржиште о својој понуди и кључним специфичностима у односу на конкуренцију.



ЗНАЧАЈ КОМУНИЦИРАЊА У ПОСЛОВНОМ МАРКЕТИНГУ

- Интегрисане маркетинг комуникације подразумевају да различити елементи промотивне стратегије морају бити пажљиво координисани. На тај начин се обезбеђује доследност, јасност, уверљивост и конкурентност порука које се преносе у свакој тачки контакта између компаније и потрошача.



ЗНАЧАЈ КОМУНИЦИРАЊА У ПОСЛОВНОМ МАРКЕТИНГУ

- Кључне активности у управљању промоционом стратегијом су:
 - Анализирање односа производа и потрошача,
 - Детерминисање циљева промоције и буџета,
 - Обликовање и примена промоционе стратегије,
 - Процена ефеката промоције.

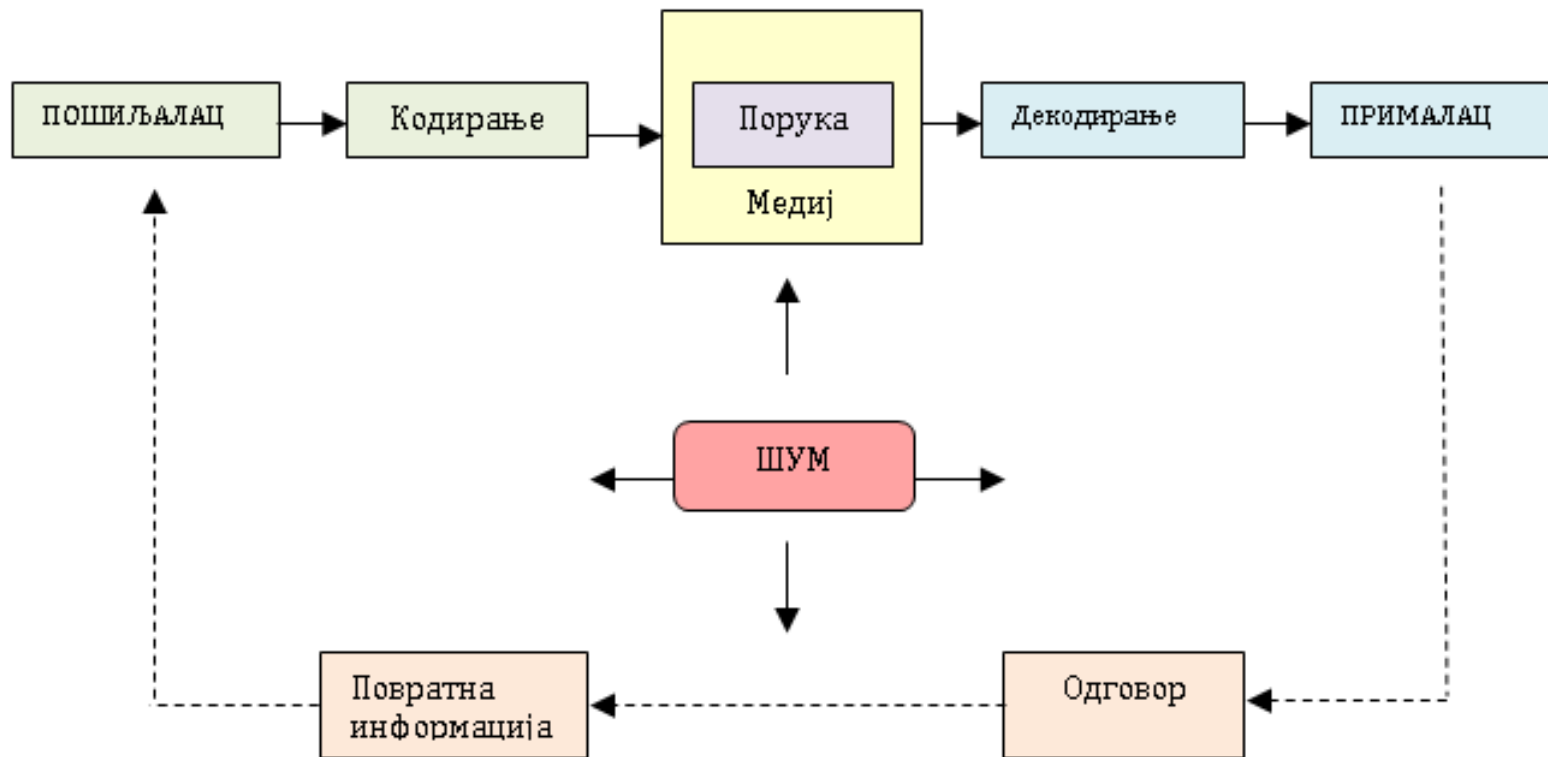


ЗНАЧАЈ КОМУНИЦИРАЊА У ПОСЛОВНОМ МАРКЕТИНГУ

- Оптимизација промоционог микса зависи од:
 - Фактора производа;
 - Фактора повезаних са потрошачима;
 - Фактора повезаних са потрошачима;
 - Фактора ситуације.



МАРКЕТИНГ КОМУНИКАЦИЈА



ЛИЧНА ПРОДАЈА

- Лична продаја се дефинише као интеракција лицем у лице с једним или више потенцијалних купаца у циљу презентације понуде, давања одговора на питања и добијања наруџбине.



КАРАКТЕРИСТИКЕ ЛИЧНЕ ПРОДАЈЕ

- Детаљно објашњење или демонстрација производа;
- Продајна порука се усклађује са мотивима и интересовањима сваког потенцијалног купца;
- Може да се усмери само на врло изгледне купце;
- Веома ефикасна у продаји и придобијању задовољног купца.



РАЗЛИКЕ ИЗМЕЂУ ТРАДИЦИОНАЛНЕ ЛИЧНЕ ПРОДАЈЕ И ПРОДАЈЕ УСМЕРЕНЕ НА ИЗГРАДЊУ ОДНОСА

ТРАДИЦИОНАЛНА ЛИЧНА ПРОДАЈА	ПРОДАЈА УСМЕРЕНА НА ИЗГРАДЊУ ОДНОСА
Продати производе и услуге.	„Продати“ савете, помоћ и подршку.
Усмерити се на закључивање продаје.	Усмерити се на повећање профита купца.
Ограничено планирање продаје.	Схватити планирање продаје као главни приоритет.
У контакту са купцем највише времена посветити причи о производу.	У контакту са купцем, највише времена посветити настојању да се створе услови за решавање проблема у сардњи са купцем.
Спровести процену потреба које су повезане са производом.	Истражити укупне пословне операције купца.
„Усамљенички“ приступ купцу.	Тимски приступ купцу.
Предлози и презентације засновани на цени и карактеристикама производа.	Предлози и презентације засноване на стратешким користима за купца и ефекту на његов профит.
Контакт после продаје је краткорочан, усмерене на испоруку производа.	Контакт после продаје је дугорочан, усмерен на изградњу дугорочних односа.

ПРОЦЕС ЛИЧНЕ ПРОДАЈЕ

- Проспекција и квалификација
- Претприступ
- Приступ
- Продајна презентација
- Управљање приговорима/Превазилажење приговора
- Закључење продаје
- Праћење продаје/Пост продаја



ПРОЦЕС ЛИЧНЕ ПРОДАЈЕ

- Проспекција подразумева идентификовање потенцијалних купаца који имају потребу, жељу и вољу да купе одређени производ, односно услугу.
- Претприступ представља темељну припрему за састанак са потенцијалним купцем. Подразумева да продавац обезбеди све релевантне информације о купцу и његовој организацији.



ПРОЦЕС ЛИЧНЕ ПРОДАЈЕ

- Приступ је корак у процесу продаје који траје веома кратко, од тренутка доласка у купчеву канцеларију до почетка продајне презентације.
- Продајна презентација – циљ посете, предлог решења.
- Продајна презентација – информативна, убедљива, подсећање.
- Управљање приговорима – утврдити да ли се ради о проговорима или изговорима.



ПРОЦЕС ЛИЧНЕ ПРОДАЈЕ

- Закључење продаје – постоји више стратегија за закључење продаје.
- Праћење продаје/Пост продаја



ПРЕДНОСТИ ЛИЧНЕ ПРОДАЈЕ

- Двосмерна комуникација,
- Саопштавање већег броја информација,
- Добар одабир циљног сегмента,
- Мерљивост,
- Стварање дугорочног односа са купцем.



НЕДОСТАЦИ ЛИЧНЕ ПРОДАЈЕ

- Високи трошкови,
- Неконзистентност поруке.



КОРИШЋЕНА ЛИТЕРАТУРА

- Глигоријевић, М. (2009), Пословни маркетинг, ЦИД Економског факултета у Београду, Београд,
- Ђурица, М. (2017), Маркетинг, БПШ-ВШСС, Београд
- Lamb, S, W, Hair, J, F, McDaniel, C. (2013), *Маркетинг – МКТГ*, Дата статус, Београд,

