

Marketing (makedonski)

Vrsta: Seminarski Ċ Broj strana: 14 Ċ Nivo: JIE Univerzitet

Sodrĳina:

Sodrĳina i planirawe na marketing kanalite str. 2

Utvrduvawe na potrebite i barawata na kupuvaĳite str.3

Procenka na goleminata na pazarot str.3

Potrebi i barawa na finalnite i rabotnite kupuvaĳi str.6

Analiza i postavuvawe na celi na marketing kanalite str.10

Uskladuvawe na marketing kanalite so drugite instrumenti str. 12

Proizvod i marketing kanalot str.12

Cena i marketing kanalot str. 14

Promocija i marketing kanalot str. 16

Fusnoti i koristena literatura str.18

1.Sodrĳina na planiraweto na marketing kanalite

Planiraweto na marketing kanalite e proces koj opfaĳa procenka na pazarnite barawa, kvantitativno (potencijalot na pazarot) i kvalitativno (karakteristikite na pazarot), za da potoa sledi procenka na performansite na marketing kanalite za da se uvidi dali tie soodvetno gi zadovoluvaat procenkite na pazarnite barawa.Planiraweto na aktivnostite vo marketing kanalot i dizajniraweto na kanalot go vrĳi proizvoditeelot ili liderot na kanalot, no za takva procenka zainteresirani se i ostanatite davateli na uslugi. Kupuvaĳite i nivnite potrebi pretstavuvaat poĳetna toĳka na planskoto priodawe na razvojt na marketing kanalot. Spontano razvienite kanali na marketingot na proizvodite i uslugite, duri i koga vrĳat funkcija na isporaka na zainteresiranite kupuvaĳi, ne go pravat optimalno. Zatoa i poedineĳnite akteri i lideri na marketing kanalite se zanimavaat so potrebite i specifiĳnite barawa na svoite kupuvaĳi kako bi gi prilagodile svoite aktivnosti.

2.Utvrduvawe na potrebite i barawata na kupuvaĳite

2.1.Procenka na goleminata na pazarot

Kako poĳeten ĳekor vo procenkata na pazarot za odreĳen proizvod ili usluga Kotler definiral tipologija na 90 razliĳni merki na pazarot po tri kritiĳni dimenzii:

vremenski horizont;

nivo na proizvodi za koi se merat barawata (od artikal do pazarna grupa);

geografski prostor na koj se vrĳi procenka na pazarot 2

Procenkata na barawata na razliĳni nivoa mu ovozmoĳuva na menaxmentot, pomeĳu ostanatoto, da go dizajnira sakaniot kanal na marketingot ili da planira promena vo postoeĳkite kanali.

Ekspanzijata na barawata ĳe uslovi vloĳuvawe vo razvoj na sopstveniot marketing kanal i distribucija, regrutirawe na novi posrednici ili barawe na novi lokalni distributeri. Dokolku se zabeleĳi opaĳawe na potrebite od strana na potroĳuvaĳite se bara preku zaedniĳka akcija na site akteri vo kanalot za podobruvawe na barawata ili pak dokolku e moĳno preorientacija na novi biznisi.

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOĳETE
PREUZETI NA SAJTU. -----**

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com