

Увод

Делта Холдинг се презентује као јединствено име за пословни систем пет групација које, иако се баве различитим делатностима, имају заједничку пословну филозофију која је обезбедила успешно пословање.

Чланице Делта Холдинга баве се малопродајом, аграрном производњом, производњом хране, извозом, увозом, заступањем иностраних компанија, дистрибуцијом робе широке потрошње, продајом аутомобила, развојем некретнина, финансијским услугама и услугама осигурања. То су:

Аграр

FoodProcessing

Дистрибуција

Аутомото

Развој некретнина

Финансијске услуге Delta Generali осигурање

Delta Generali Пензијски Фонд

Delta Generali Re

Делта Спорт Балкан

Delta MC

Delta Bike Југохемија

Lea Group Табела 1. Чланице Делта Холдинга

1

У 2007. години остварен је приход од продаје од 1,72 милијарде евра, а планирани приход од продаје за 2008. годину је 2,88 милијарде евра. Делта Холдинг запошљава 20.000 људи.

Слика 1. Број запослених

.....**NAMERNO UKLONJEN DEO TEKSTA**.....

2

У саставу Делта М Групе послује и прво домаће друштво за управљање инвестиционим фондовима, Delta Investments, са првим отвореним балансираним инвестиционим фондом у Србији, Делта Плус фондом.

Стратегију комуницирања у Делта холдингу са екстерним окружењем реализује Делта ПР и Маркетинг. У функционисању и организовању Делта ПР и Маркетинга у потпуности је примењен принцип Интегрисаних маркетинг комуникација (ИМЦ)

3

што омогућава синхронизацију ПР и Маркетинг послова на нивоу компаније.

Делта ПР и Маркетинг остварују:

1. стандардизовање јединственог стила комуницирања чланица,
2. односе са јавношћу (односи са медијима, са потрошачима, са друштвеном заједницом)
3. корпоративну комуникацију Делта Холдинга,
4. уређивање и издавање интерног листа Делта Данас
5. архивирање, синтетизовање промотивних података о чланицама Делта Холдинга
6. супервизију маркетиншких активности чланица и закуп медијског рекламног простора

Слика 2. Остварени приход од продаје

4

Инструменти трговинског маркетинг микса

2.1 Продајни амбијент

Макси је познат као трговина која изузетну пажњу поклања својим потрошачима имајући у виду да је задовољан потрошач једина потврда успешности пословања. Делта Макси је организација која послује у окружењу, интерном и екстерном, које са својим факторима утиче на њихово пословање. Стога функција дизајна представља најбитнији елемент стратегије позиционирања а уједно представља и најекономичнији начин да се то оствари. Утицај фактора дизајна на потрошача је потребно предвидети у бизнис плану, где се дефинишу сви позитивни и негативни фактори, као и начини од којих се предузеће брани од негативних утицаја.

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

www.maturskiradovi.net

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