

Osnovni uslovi za primjenu marketing koncepta - AVON

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 13 | Nivo: Srednja ekonomska škola

POVIJEST AVONA

Tvrtka Avon Cosmetics, osnovana je 1886. godine i danas je najveća svjetska kompanija u izravnoj prodaji kozmetike i proizvoda sjedinjenih s ljepotom žene.

Krajem 19. st. prodavač knjiga David McConnel došao je na sjajnu ideju da svakom kupcu uz kupljenu knjigu daruje i parfem. Uspjeh je bio toliko velik da je odlučio sasvim se posvetiti proizvodnji i izravnoj prodaji kozmetičkih proizvoda. Tvrtku koju je osnovao kasnije je nazvao po rodnom mjestu svoga omiljenog pisca Williama Shakespearea: Stradford-upon-Avon-Avon (kasnije Avon Cosmetics).

Danas Avon prodaje svoje proizvode u više od 140 zemalja svijeta. Svake godine izdaje se 600 miliona kataloga. 3,9 miliona neovisnih Avon Lady širom svijeta uživa u radu s Avonovim proizvodima.

Tvrtka AVON jedna je od vodećih kompanija na području razvoja novih tehnologija. Laboratoriji za istraživanja i razvoj tvrtke Avon Skincare Laboratories sa sjedištem u Suffernu, New York, svake godine razvijaju sve bolje i naprednije proizvode iz područja kozmetike i mirisa. Više od 80 patenata uključuje Avon među vodeće svjetske kozmetičke tvrtke po tehnologiji i inovativnosti.

Osnovni uslovi za primjenu marketing koncepta

Preduzeća koja prihvate marketing koncept nastoje ga uspješno primijeniti u svom poslovanju, moraju ispuniti dva bitna uslova:

Prvi uslov je da upravljanje preduzećem kao cjelinom bude usmjereno ka prilagođavanju resursa šansama na tržištu. Kompanija Avon nastoji ispuniti te uslove. Znaci vrh menadžmenta na čelu sa generalnim menadžerom, sve svoje odluke donosi u skladu sa marketinškim pristupima u poslovanju. Pošto svi menadžeri i zaposleni poštuju osnovne marketinške principe, tako da se može reći da je preduzeće postavljeno tako da ga „tržište vodi“. Kompanije Avon nastoji sva ta tehnička unaprjeđenja i inovacije proizvoda prilagoditi zahtjevima potrošača a ne vlastitim preferencijama osoblja. Isto tako česte izmjene dizajna, funkcionalnosti, kvaliteta, i asortimana proizvoda su neophodnost da se održi konkurentna prednost i tržišno učešće.

Drugi uslov je da sve marketinške aktivnosti u preduzeću budu organizovane i vođene na način koji omogućuju ostvarivanje postavljenih ciljeva i uspješno primijeniti marketing koncept. Kompanija Avon nastoji upoznati potrošače sa proizvodima i uslugama koje nudi. Prodajno osoblje u direktnoj komunikaciji sa kupcima finalizira sve marketinške napore i obavlja proces razmjene.

Faze upravljanja

Svaki proces upravljanja u preduzeću sastoji se od 3 bitne faze:

- Planiranje
- Organizovanje
- Kontrola

Uvijek je potrebno pažljivo sve što treba uraditi da bi ostvarili neki cilj. Zatim slijedi izvršenje svega što je planirano, a to zahtijeva organizovanje potrebnih aktivnosti. I onda slijedi kontrola da li je sve što smo planirali urađeno i koliko je bilo uspješno, ove tri faze nisu vremenski potpuno odvojene, pošto u toku procesa upravljana može doći do potrebe da se nešto koriguje. Marketing menadžeri planiraju na bazi globalnih ciljeva koji su definirani u strateškim planovima preduzeća. To je njima osnovna orijentacija ali oni imaju i slobodu da odaberu najbolju marketing strategiju, sačine detaljne planove i programe te organizuju i kontrolu potrebne aktivnosti. Kompanija Avon kontinuirano traži šansu na tržištu, pošto se potrebe i želje potrošača mijenjaju. Na osnovu ocjene šansi, planiraju strategiju. Kompanija Avon je vidjela tu svoju šansu na tržištu, ali isto tako ocijenila i konkurentne firme. Istraživači tržišta došli su do zadatka da se potrebe i želje potrošača mijenjaju. Marketing menadžeri su na bazi toga trebali da donesu niz odluka. Nakon tih donesenih odluka menadžeri moraju razmišljati kakav asortiman proizvoda im ponuditi. Veoma su važne odluke o cijenama. Isto tako moraju kontrolisati da li su te odluke urađene i koliko je bilo uspješno.

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

www.maturskiradovi.net

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