

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Unapređenje prodaje". Rad ima 26 strana. Ovde je prikazano oko 500 reči izdvojenih iz rada.

Napomena: Rad koji dobijate na e-mail ne izgleda ovako, ovo je samo DEO TEKSTA izvučen iz rada, da bi se video stil pisanja. Radovi koje dobijate na e-mail su uređeni (formatirani) po svim standardima. U tekstu ispod su namerno izostavljeni pojedini segmenti.

Ako tekst koji se nalazi ispod nije čitljiv (sadrži kukice, znakove pitanja ili nečitljive karaktere), molimo Vas, prijavite to ovde.

Uputstvo o načinu preuzimanja rada možete pročitati ovde.

SEMINARSKI RAD

Predmet: VEŠTINE PRODAJE

UNAPREĐENJE PRODAJE

Beograd, januar, 2011

SADRŽAJ

UVOD.....	3
1. UNAPREĐENJE PRODAJE.....	4
1.1. Definisanje unapređenja prodaje.....	4
1.2. Odluka o unapređenju prodaje.....	5
2. UNAPREĐENJE PRODAJE KROZ ISTORIJU.....	7
3. STRATEGIJE UNAPREĐENJA PRODAJE.....	7
4. INSTRUMENTI UNAPREĐENJA PRODAJE.....	11
4.1. Promocija kao instrument unapređenja prodaje.....	13
4.2. Merčendajzing kao instrument unapređenja prodaje.....	15
5. GLOBALIZACIJA.....	19
6. MEĐUNARODNI I GLOBALNI MARKETING.....	20
7. UNAPREĐENJE PRODAJE U MEĐUNARODNOM MARKETINGU.....	22
8. KRITIKE UNAPREĐENJA PRODAJE.....	24
ZAKLJUČAK.....	25
LITERATURA.....	26
UVOD	

Kao deo integralnog marketing komuniciranja, unapređenjem prodaje se pokušava uticati na povećanje prodaje određene kompanije ili određenog proizvoda. Unapređenje prodaje tek u interakciji sa ostalim instrumentima integralnog marketing komuniciranja (ekonomska propaganda, lična prodaja, odnosi s javnošću) daje pravi rezultat i ostvarenje cilja.

1. UNAPREĐENJE PRODAJE

1.1. Definisanje unapređenja prodaje

Unapređenje prodaje opisuje podsticaje i nagrade kojima se kupci pridobijaju da kupuju odmah, a ne da odlažu kupovinu. Dok je oglašavanje dugoročno sredstvo za oblikovanje stava tržišta prema robnoj marki, unapređenje prodaje je kratkoročni instrument kojim se kupac podstiče na delovanje. Nije ni čudo što se direktori odgovorni za marketing određene robne marke sve više oslanjaju na unapređenje prodaje, pogotovo kada se desi da prodaja opada. Unapređenje prodaje stvara brže i merljive rezultate u prodaji nego što to čini oglašavanje. Danas je odnos između oglašavanja i unapređenja prodaje 30-70%.

Unapređenju prodaje (Sales Promotion) su dati mnogi sinonimi, kao promocija prodaje, unapređenje plasmana, akceleracija prodaje, ubrzanje prodaje itd. Razlikujemo sledeće definicije:

– Pod unapređenjem prodaje podrazumeva se skup aktivnosti u kojima se u procesu plasmana deluje na povećanje interesa nosilaca potreba prema proizvodu ili usluzi, sa svrhom pospešivanja tražnje i ostvarivanja većeg opsega prodaje.

– Pod unapređenjem prodaje podrazumevaju se aktivnosti kojim se marketing posrednicima i/ili potrošačima daje kratkoročno podsticaj da bi se izazvala ili podstakla kupovina proizvoda.

“ Promotivna aktivnost koja upotpunjava akcije ekonomske propagande i lične prodaje i pomaže im da budu uspešniji.

Pod unapređenjem prodaje se misli na skup aktivnosti koje posredno ili neposredno deluju na sve učesnike u procesu razmene-informisanjem, obrazovanjem, savetima-radi prilagođavanja, ubrzanja i povećanja prodaje dobara i usluga.

1.2. Odluka o unapređenju prodaje

Odluka o unapređenju prodaje sastoji se od sledećih faza :

...

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com