

I. Del Osnove trženjske miselnosti

1. Temelji sodobnega trženja

1.1. Opredelitev trženja

1.2. Razvoj trženja

1.3. Poslovni koncepti podjetja

1.4. Vsebina trženjskega koncepta

1.5. Zadovoljevanje potreb porabnikov

I. Del Osnove trženjske miselnosti

2. Trženjsko načrtovanje in trženjske strategije

2.1. Trženjsko usmerjeno strateško načrtovanje

2.2. Uresničevanje trženjskih strategij

Opredelitev trženja

- “Proces načrtovanja in snovanja izdelkov, storitev in idej ter določanja cene in odločanja v zvezi s tržnim komuniciranjem in distribucijo”
- “marketing”
- “market”
 - Trg surovin
 - Trg strojev
 - Trg dela
 - Trg managerjev
 - Trg izdelkov
 - Trg podjetij

“market”

VRSTE TRGOV:

- Trg surovin
- Trg strojev
- Trg dela
- Trg managerjev
- Trg izdelkov
- Trg denarja
- Trg deviz
- Trg podjetij

MENJAVA

Blago	↔	Denar
korist		vrednost
win		win

Poslovni koncepti podjetja

1. Koncept proizvodnje
2. Koncept izdelkov
3. Prodajni koncept
4. Koncept trženja
5. Koncept usklajenega trženja
6. Družbeno – odgovorni trženjski koncept

Koncept proizvodnje

- Homogen proizvod (ni razlikovanja)
- Velik obseg proizvodnje
- Nizki fiksni stroški na enoto
- Široka distribucija
- Nizka cena izdelka

Koncept izdelkov

- Dviganje kvalitete izdelka
- Izdelati najboljšo kvaliteto za vsako ceno
- Zanemarjanje trga (potreb)
- Težave v prodaji

Prodajni koncept

- Neizkoriščene proizvodne zmogljivosti
- Agresivna promocija
 - Pošta: Katalogi, posebne ponudbe
 - Obiski
 - Telefonska prodaja
- Povečevanje obsega prodaje
- Pripomočki tržne komunikacije
- Zaščita kupca: pravica do premisleka

Koncept trženja

- Ugotavljanje potreb ciljnega trga potrošnikov
 - Potrebe: kar kupci želijo, iščejo, potrebujejo
- Zadovoljevanje potreb kupcev
- Usklajeno trženje
- Dobičkonosnost

Koncept usklajenega trženja

- Raziskava trga
- Oglaševanje
- Prodaja

- Nabava
- Proizvodnja
- Zaposlovanje
- Financiranje

Družbeno – odgovorni trženjski koncept

- Zadovoljitev potreb kupcev
- Večanje blagostanja porabnikov
- Zadovoljitev interesov družbe
- Varovanje okolja
- Ustvarjanje dobička

- Konfliktnost ciljev!

- Primer: energetske varčni gospodinjski stroji

Zadovoljevanje potreb

Koristi od izdelka \neq žrtve zaradi nakupa

Zadovoljstvo porabnikov

- Razpoložljivost
- Kakovost
- Poprodajne aktivnosti
- Porabnik je zadovoljen, če je dosežena zadovoljitev enaka ali večja od pričakovane
- Primer: “prvi servis dobite zastonj!”

Konkurenčna prednost

- Prednost pred tekmeci
- Veriga vrednosti
- Partnerstva z dobavitelji in distributerji

Celovito obvladovanje kakovosti

- Kakovost izdelka
- Kakovost poslovanja
- Večje zadovoljstvo kupcev
- Lojalnost kupcev
- Večji obseg prodaje
- Nižji stroški na enoto
- Višji dobiček

Ohranjanje kupcev

- Analiziranje vzrokov za izgubo kupca / trga

Obdržati kupce : pridobiti nove kupce

Defenzivno : ofenzivno

- Obdržati dobičkonosne kupce
- Velik kupec \neq dobičkonosen kupec
- Stroške proizvodnje + strošek prodaje