

**TRŽENJSKI PROCES IN
TRŽENJSKI NAČRT,
TRŽENJSKI INFORMACIJSKI SISTEM,
MERJENJE POVPRASEVANJA**

(ppt: dr. MAJA KONEČNIK)

VSEBINA PREDAVANJA

Trženjski proces in trženjski načrt

Trženjski informacijski sistem

Merila in pojmi v zvezi z merjenjem povpraševanja

**TRŽENJSKI PROCES IN
TRŽENJSKI NAČRT**

TRŽENJSKI PROCES

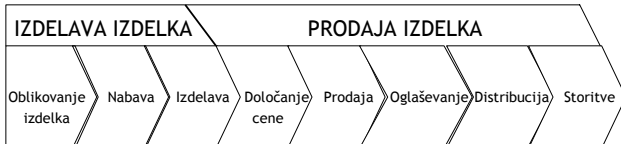
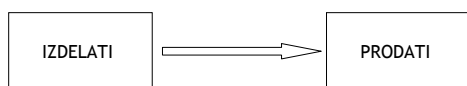
Sestavi del trženjskega procesa je načrtovanje na ravni:

- ✓ podjetja
- ✓ oddelka
- ✓ poslovne enote
- ✓ izdelka

Naloga podjetja:

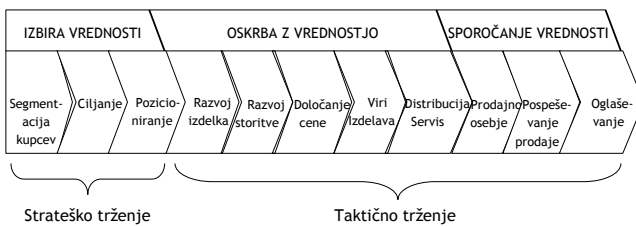
Z dobičkom posredovati vrednost kupcu

POSREDOVANJE VREDNOSTI - TRADICIONALNO



VERIGA USTVARJANJA IN POSREDOVANJA VREDNOSTI

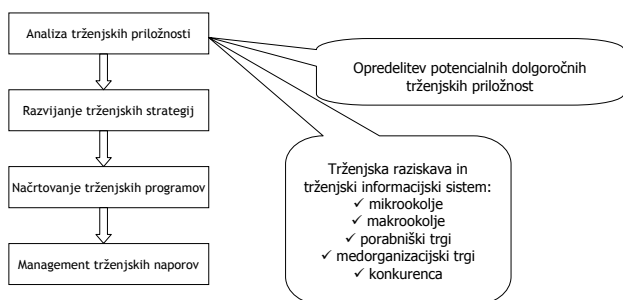
TRŽENJE - začetek procesa načrtovanja



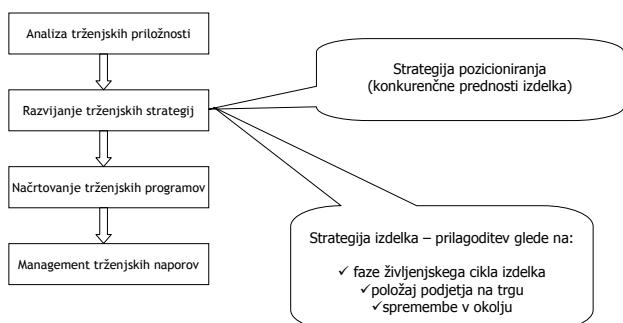
PROCES TRŽENJA



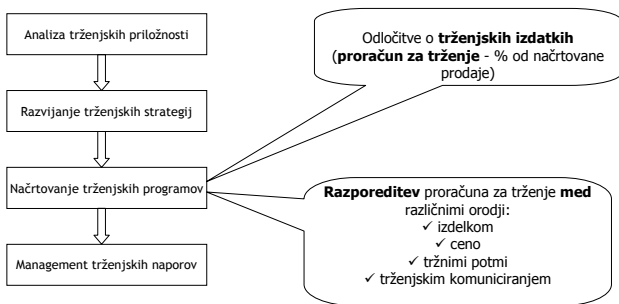
PROCES TRŽENJA - ANALIZA TRŽENJSKIH PRILOŽNOSTI



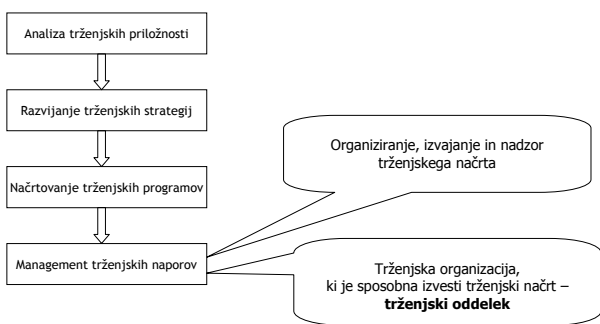
PROCES TRŽENJA - RAZVIJANJE TRŽENJSKIH STRATEGIJ



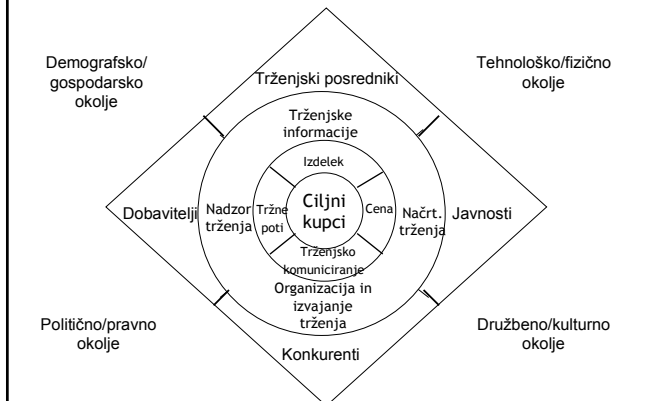
PROCES TRŽENJA - NAČRTOVANJE TRŽENJSKIH PROGRAMOV



PROCES TRŽENJA - MANAGEMENT TRŽENJSKIH NAPOROV



DEJAVNIKI TRŽENJSKE STRATEGIJE



VSEBINA TRŽENJSKEGA NAČRTA

Povzetek	✓ Povzetek glavnih ciljev in priporočil
Trenutno trženjsko stanje	✓ Osnovni podatki o prodaji, dobičku, trgu,...
Analiza poslovnih priložnosti	✓ Glavne priložnosti, vprašanja
Cilji	✓ Finančni in trženjski cilji
Trženjska strategija	✓ Segmentiranje, ciljanje, pozicioniranje
Programi delovanja	✓ Kaj bo narejeno? Kdaj bo narejeno? Kdo bo to naredil? Koliko bo stalo?
Finančne projekcije	✓ Napoved finančnih rezultatov, trženjske izvedbe
Nadzor izvedbe	✓ Nadzor za spremljanje in izvajanje

TRŽENJSKI INFORMACIJSKI SISTEM

TRŽENJSKI INFORMACIJSKI SISTEM (TIS)

Ljudje, pripomočki in postopki, s katerimi pridobivamo, razvrščamo, analiziramo, ocenjujemo in posredujemo potrebne, pravočasne in natančne informacije tistim, ki sprejemajo trženjske odločitve.

SESTAVINE TIS-a:

1. Sistem notranjih podatkov
2. Sistem trženjskega obveščanja
3. Sistem trženjskega raziskovanja
4. Sistem za podporo trženjskih odločitvam

SISTEM NOTRANJIH PODATKOV

Posreduje podatke o REZULTATIH!

- ✓ Krog od naročila do plačila
- ✓ Sistem informacij o prodaji
- ✓ Baze podatkov (o kupcih, izdelkih, prodajnem osebju), skladišča podatkov in podatkovno rudarjenje

SISTEM TRŽENJSKEGA OBVEŠČANJA

✓ Posreduje podatke o DOGAJANJU NA TRGU!
✓ Je sklop postopkov in virov, ki jih uporabljajo managerji za pridobivanje rednih informacij o dogajanju v trženjskem okolju.

- ✓ Spodbujanje prodajnega osebja, da posreduje podatke
- ✓ Spodbujanje distributerjev, drugih posrednikov, da posredujejo podatke (navidezni nakup)
 - ✓ Pridobivanje podatkov o konkurenci
 - ✓ Svetovalni panel kupcev
 - ✓ Zunanji viri
- ✓ Razpošiljanje podatkov trženjskim managerjem

MERILA IN POJMI V ZVEZI Z MERJENJEM POVPRASEVANJA

OCENJEVANJE POVPRASEVANJA

Povpraševanje lahko merimo:

- ✓ Raven izdelka (prodaja artikla, prodaja vrste izdelka, prodaja skupine izdelkov, prodaja podjetja, prodaja panoge, celotna prodaja)
- ✓ Prostorska razsežnost (stranka, območje, regija, Evropa, svet)
- ✓ Časovna razsežnost (kratkoročna, srednjeročna, dolgoročna)

Koliko različnih vrst ocen povpraševanja lahko pripravimo ?

KATERE TRGE MERITI?

TRG - niz vseh dejanskih in morebitnih kupcev nekega izdelka.

MOGOČI (POTENCIALNI) TRG - niz vseh porabnikov, ki izrazijo zadostno raven zanimanja za ponudbo nekega izdelka.

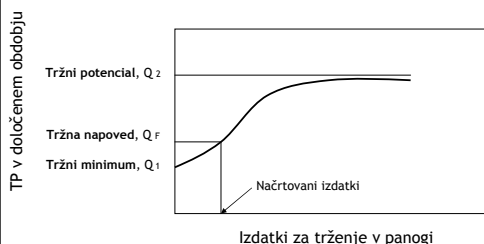
RAZPOLOŽLJIVI TRG - niz porabnikov, ki imajo zanimanje, dohodek in dostop do določene ponudbe na trgu.

CILJNI TRG - tisti del (omejeno) razpoložljivega trga, ki ga podjetje želi osvojiti.

DEJANSKI TRG - niz porabnikov, ki kupujejo določen izdelek.

STROKOVNI IZRAZI PRI MERJENJU POVPRASEVANJA

TRŽNO POVPRASEVANJA (TP) - celotna količina izdelka, ki bi jo kupila določena skupina strank na določenem območju v določenem času in določenem trženjskem okolju in v okviru določenega trženjskega proračuna



STROKOVNI IZRAZI PRI MERJENJU POVPRAŠEVANJA

TRŽNA NAPOVED - povpraševanje na trgu, ki ustreza uresničeni ravni izdatkov za trženje

TRŽNI POTENCIAL - meja, ki se ji približuje tržno povpraševanje, ko se panožni izdatki za trženje približujejo neskončnosti za dano trženjsko okolje (tržni potencial v razcvetu in v recesiji)

