

POMEN **TRŽENJA** V SLOVENSKEM PROSTORU

dr.Tanja Podbevšek, uni.dipl.ing.



Dejavnost **TRŽENJA** se je razvila kot reakcija na “vrzel” med **potrošnikom** in **proizvajalcem**.

Definicija trženja:

TRŽENJE predstavlja aktivnosti namenjene

- prepoznavanju,
- predvidevanju in
- zadovoljevanju želja in potreb ciljnih skupin potrošnikov
- ob sočasnem ustvarjanju **dobička**.

Potrošniku moramo ponuditi ustrezen

TRŽNI SPLET (4P):

- prave proizvode in/ali storitve (**izdelek - Product**)
- ob pravem času
- po pravi ceni (**cena - Price**)
- na pravem mestu (**prodajni prostor - distribucija - Place**)
- z načinom informiranja - oglaševanja, ki je potrošniku - ciljni skupini prilagojeno (**oglaševanje - Promotion**)

V praksi ločimo različne

POSLOVNE KONCEPTE POSLOVANJA:

- **Proizvodni** koncept
- **Prodajni** koncept
- **Tržni** koncept

PROIZVODNI KONCEPT POSLOVANJA

Miselnost:

- glavni poudarek in element uspeha je **proizvodni proces**
- le ta mora biti **boljši** kot pri konkurenčnih podjetjih
- **boljši-kvalitetnejši proizvod** in **stroškovna učinkovitost** prinašata prednost

To ne drži vedno. Dobro je seveda imeti dober izdelek in učinkovit proizvodni proces, vendar je prodaja odvisna predvsem od trenutnih želja in potreb potrošnikov.

Vedno večja konkurenčnost na tržišču zahteva tudi dobre prodajne aktivnosti.

PRODAJNI KONCEPT POSLOVANJA

Miselnost:

- glavni poudarek in element uspeha je v naporni in učinkoviti **prodaji**.
- na vseh trgih in prodajnih mestih se vodi vrsta prodajnih aktivnosti v smislu **pospeševanje prodaje** (oglaševanje, nova prodajna mesta...)

To ni dolgoročna rešitev, saj je zanemarjeno prepoznavanje, predvidevanje in zadovoljevanje želja in potreb ciljnih skupin potrošnikov, kot tudi inovacije proizvoda in proizvodnega procesa.

TRŽNI KONCEPT POSLOVANJA

Miselnost:

- poudarek je na poznavanju potrošnika in **zadovoljevanju njihovih potreb in želja dobičkonosno.**
- ponuditi potrošniku:
 - **proizvod** (oblačilo, kolekcijo oblačil...), ki ga potrebuje ali si ga želi,
 - ob pravem **času**,
 - na pravem **prodajnem mestu**,
 - po **ceni**, ki jo je pripravljen plačati in
 - z **oglaševanjem**, ki mu je blizu.

PRODAJAJ, KAR LAHKO NAREDIŠ ??????

NAREDI SAMO TISTO, KAR LAHKO PRODAŠ!!!!!!!

PRODAJA - OGLAŠEVANJE - TRŽENJE

PRODAJA (brez ostalih aktivnosti trženja) se osredotoča na potrebe prodajalcev/proizvajalcev.

OGLAŠEVANJE predstavlja le eno izmed aktivnosti trženja, ki je namenjena informiranju potrošnikov o novem tržnem spletu podjetja.

TRŽENJE pa se z ustreznim tržnim spletom osredotoča na zadovoljvnje želja in potreb kupcev ob sočasnem ustvarjanju dobička

**Najpomembnejši cilj podjetja je vsekakor
ustvarjanje **DOBIČKA**.**

To je dolgoročno možno le z odločitvijo vseh zaposlenih
v podjetju, da so -

**ŽELJE in POTREBE IZBRANE CILJNE SKUPINE
POTROŠNIKOV**

- glavno vodilo pri sprejemanju vseh poslovnih odločitev.

RAZISKAVA TRŽIŠČA

SEGMENTACIJA TRŽIŠČA

VPLIVI OKOLJA

OBLIKOVANJE MODNIH SMERNIC

VLOGA OBLIKOVALCA V TRŽNO USMERJENEM PODJETJU

TRŽNI SPLET - PRODUKT

TRŽNI SPLET - CENA

TRŽNI SPLET - PRODAJNI PROSTOR

TRŽNI SPLET - OGLAŠEVANJE

SPREMLJANJE PRODAJE

IN

HITRI ODZIVI NA “NOVE IZZIVE”

RAZVOJ BLAGOVNE ZNAMKE