

Sadržaj:

Uvod	3
1. Koncept "brze mode"	4
1.1 Koncept "brze mode" u kompaniji Zara	5
2. Stvaranje potrošačke vrijednosti	7
3. Identifikovanje potreba kada je u pitanju usluga potrošača	8
4. Šta je usluga klijenta?	9
5. Postavljanje standarda u uslugama	10
6. Ciklus dizajna, proizvodnje i prodaje u kompaniji Zara	11
Zaključak	15
Literatura	16

Uvod

Koncept lanca snabdijevanja je relativno nova kategorija koja treba da omogući detaljnije objašnjenje logističkih fenomena. Sa inteziviranjem procesa globalizacije tržišta kompanije sve više shvataju neophodnost razvoja efikasnih lanaca snabdijevanja i logističkih mreža širom svijeta. Proučavanje lanca snabdijevanja može pomoći menadžmentu globalno orijentisane kompanije kao što je Zara da identifikuje superiorne dobavljače, da poveže produktivnost u snabdijevanju, da smanji ukupne troškove poslovanja i da unaprijedi konkurentsku poziciju na ciljnim tržištima. Lanac snabdijevanja se sastoji od svih onih učesnika koji na direktan ili indirektan način učestvuju u zadovoljenju potreba potrošača.

Zara je jedna od svjetski najuspješnijih i najdinamičnijih modnih kuća. To je vodeći brend Inditexa, vertikalno orijentisana maloprodajna i proizvodna grupa smještena u Galiciji u Sjeverozapadnoj Španiji. Prva Zarina radnja se otvorila u La Korunji 1975 godine, kao ideja Amansia Ortege, tadašnjeg vlasnika male fabrike tekstila. Ortega je tražio bolji način da vodi svoj biznis, način koji bi izbjegao neefikasnost pravljenja odjeće koja se možda neće prodati. U nastupajućim dekadama više od 600 Zara radnji, većina u direktnom vlasništvu kompanije, otvorilo se širom Španije i 43 zemlje svijeta.

Zara proizvodi i prodaje modernu odjeću za muskarce, žene i djecu, ali ciljna grupa su osobe u trendu, između 18-35 godina starosti. Zara im nudi zadnje modne trendove po pristupačnim cijenama. Fizički kvalitet proizvoda je dovoljno dobar da izdrži jednu sezonu ali obično ne duže. Do tada će se mušterija prebaciti na sledeći "izgled" koji je u trendu. Mušterije koje su lojalne i česti kupci, u prosjeku posjete Zarinu prodavnicu 17 puta godišnje. Da bi se zadržalo njihovo interesovanje zalihe se konstantno dopunjavaju i mijenjaju. Nove zalihe stižu 2 puta nedeljno. Veoma mali broj proizvoda se zadržava u radnji duže od mjesec dana, a samim tim dobija se osjećaj ekskluzivnosti i potrebe da se kupi. Radnje su smještene na modernim i prestižnim lokacijama, njihov enterijer je pametno osmišljen, moderan, i redovno se renovira da bi zadržao svoj moderan izgled.

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

www.maturskiradovi.net

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