

Marketing mix

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 14

Marketing mix koncept predstavlja odgovarajuću kombinaciju instrumenata marketinga baziranu na informacijama o potrebama potrošača ciljnog tržišta.

Instrumenti marketing mixa su poznatiji kao 4P i 4C : product (proizvod) bazični instrumenti marketing mixa koji predstavlja sve ono što se može ponuditi tržištu da izazove pažnju, interesovanje i kupovinu. U marketing proizvode se ubrajaju : roba, usluga, ideja.

PRICE (cijena) - ona nije cilj marketinga, već sredstvo koje u kombinaciji sa drugim instrumentima marketing mixa služi za ostvarenje dugoročnih i kratkoročnih poslovnih ciljeva.

POSITION PLACE- Institucije i organizacije koje učestvuju na tkz. dostavu robe od proizvođača do potrošača- kanali prodaje i fizička distribucija koja je skup svih aktivnosti neophodnih da bi roba stigla po dogovorenim uslovima, na dogovorenim rokovima i na predviđene lokacije.

PROMOTIONS - promocija. Komuniciranje proizveća sa svojim okruženjem kako bi se ostvarila pozitivna slika " imidz ", o preduzeću i njegovim proizvodima, može se javiti kao : lična prodaja, unapređenje prodaje, privredna propaganda, publicitet, odnosi s javnošću i direktni marketing.

CUSTOMERS - segmentacija tržišta (određivanje djelova potencijalnog tržišta za rob), usluge koje pruža preduzeće i određivanje kriterijuma po kojima se kupci opredjeljuju za određeni proizvod.

COMPETITION- tržišno nadmetanje (položaj, strategije, koristi, prednosti i mane preduzeća).

COST- cijena (odrediti politike cijena i formiranje istih).

CAPABILITIES- sposobnosti (koji su resursi, interna organizacija i proizvodni sistem).

Slika – 4 model – stubovi Internet marketinga

Gledana sa aspekta web prezentacija :

4C model se zasniva na 4 stuba internet marketinga i na analizi osnovnih pojavnih oblika kvalitetnog nastupa firme na internetu.

CONTENT- sadržaj

Kvalitet sadržaja na web sajtu, njegova postavka, koncepcija, predstavljaju osnovu kvalitetnog online nastupa.

CLICK STREAM- putanja korisnika

Kada se formira nastup na internetu (web sajtu), posmatranjem svih akcija posjetioca prezentacije, od toga odakle je došao, kuda je vratio po sajtu i kada je s njega otišao, omogućuje se unapređenje interakcija sa potencijalnim korisnikom i dovođenje do cilja online nastupa. Danas postoje alati na internetu koji omogućavaju preciznu analizu kao npr. Google analyst.

COMUNICATION - komunikacija

Kada potencijalni korisnik dođe na web sajt na osnovu elemenata C1 (sadržaj), C2 (putanja korisnika) moguće je ostvariti unapređenje komunikacijom (comunication management). Primjer ovakvog sistema upravljanja komunikacijom predstavlja strategija pristupnih stranica sajta RSS,Letter news.

CONVERSION - konverzija

Kada se predhodna 3 elementa 4C ostvare na kvalitetan način, moguće je veoma precizno izračunati direktne efekte nastupa.

W.I.S.E.- modul- varijacija 4C Internet marketing strategije.

Drugi način opisa najvažnijih elemenata Internet marketinga mixa posebno naglašava vidljivost napretraživačima. Ovaj modul razvijen je kao popularan podsjetnik u radu sa klijentima.

WEB SITE CONTENT- sadržaj web prezentacije (kreiranje kvalitetnog sadržaja web sajta).

INTERACTIVITY- interaktivnost (ostvarivanje interaktivnosti sa potencijalnim korisnikom).

SEARCH ENGINES VISIBILITY- vidljivost na pretraživačima i strategija ostvarenja na pretraživačima.

EFFECTIVENESS – djelorvornost (postizanje kvalitetnih efekata unapređenja stepena konverzije).

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

www.maturskiradovi.net

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