

Sodržina

Voved	2
1. Odredeni prašawa koi se povrzani so potragata po konkurentska prednosti	4
1.1. Četiri fokusni strategii	4
2. Uslužni atributi i nivoa	8
2.1. Važni nasproti determinantni atributi	9
2.2. Establirawe na uslužnite nivoa	9
3. Pozicioniraweto doveduwa do razlikuvawe na brendot od negovite konkurenti	10
3.1. Pozicionirawe na proizvodot nasproti kopirawe na pozicioniraweto	11
3.2. Ulogata na pozicioniraweto vo marketing strategijata..	12
3.3. Vnatrešna, pazarna i konkurentska analiza	13
3.3.1. Pazarna analiza	13
3.3.2. Vnatrešna analiza	14
3.3.3. Konkurentska analiza	14
3.3.4. Pozicionirački izjavi	14
Zaključok	15
Koristena literature	

Voved

Podelbata na pazarot spored različnite kriteriumi kolku i da e korisna za preprijatieto koe proizveduwa, koe nudi proizvodi na pazarot, ne može mnogu da pomogne vo izborot na strategijata zatoa što pazarot e mošne heterogen, so golem broj na potrošuvači koi nemaat ednakvi potrebi, odnosno gi zadovoluvaat na neednakov način. Ottamu preprijatieto koe raboti spored principite na marketingot, a i sekoe drugo preprijatie koe saka da go zgolemi plasmanot, nužno treba svoje aktivnosti da gi prilagoduwa kon specifičnite barawa na potrošuvačite.

Za da može da go ostvari toa, neophodno e da se izvrši natamošna podelba na pazarot od aspekt na potrošuvačite na opredeleni homogeni grupi zaviso od nivnite potrebi spored oddelni kriteriumi. Isto taka sekoja firma mora da gi procenuva i različnite segmenti, kako neophodna potreba odnosno pretpostavka za da reši kolku i koi pazarni segmenti će stanat nejzini celni pazari. Pri samoto ocenuvawe firmata će odlučti, odnosno mora da obrne posebno vmanie na atraktivnosta na segmentite i na toa kolku tie i odgovaraat na samata kompanija.

Osven toa samata kompanija kako za kraj mora da izvrši selekcija na celen pazar koj se sastoi od grupa na kupuvači koi imaat zaednički potrebi ili karakteristiki koi kompanijata odlučuva da gi usluži. Pritoa glavnata tema e što pravi da samite potrošuvači ostanat lojalni ili da selektiraat određen prodavač.

Uslugata ni pretstevuva bilo koja aktivnost ili korist koja ednata strana može da i ja ponudi na druga, mnogu e važno da e neopipliva i da ne rezultira so sopstvenost na nešto. Uslugite ja pravat značajnata i nerazdelnata komponenta na trgovskite dejnosti. So nivna pomoš se olesnuva procesot na kupuvawe i upotreba na stoka od strana na potrošuvačite I se ostvaruva pogolem obem na prodajba. Pokraj toa, potrebno e trgovskite preprijatija, naporedno so politikata na asortimani na stoka, da sprovedat I politika na pratečki uslugi.

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

www.maturskiradovi.net

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