



ПРОПАГАНДА И ПРОДАЈА



ПРОПАГАНДА И ПРОДАЈА

1. УВОД
2. МАРКЕТИНШКИ ПЛАН
3. ДОБРО ИЗВРШАВАЊЕ
4. ФИНАНСИРАЊЕ МАРКЕТИНГА
5. МАРКЕТИНШКО
ИСТРАЖИВАЊЕ
6. ПРИМЕРИ МАРКЕТИНГА
7. ПРОЦЕДУРЕ ПРОДАЈЕ

2. МАРКЕТИНШКИ ПЛАН

ДОБРО ДЕФИНИСАН МАРКЕТИНГ
ПЛАН МОРА УКЉУЧИТИ ТРИ
ОСНОВНА АСПЕКТА:

- ▣ ДОБИЈАЊЕ ПОСЛА,
- ▣ ДОБРО ИЗВРШАВАЊЕ,
- ▣ НАСТАВЉАЊЕ / НАДГЛЕДАЊЕ.

**ВАЖНО ЈЕ РАЗВИТИ
СТАНДАРДИЗОВАНЕ ПРОЦЕДУРЕ
КОЈЕ ЋЕ СЕ КОРИСТИТИ ЗА:**

- ▣ **ПРЕДСТАВЉАЊЕ ПОСЛА ЗА НОВЕ КОРИСНИКЕ,**
- ▣ **ПОСТАВЉАЊЕ СТРАТЕГИЈЕ,**
- ▣ **ПРОПАГАНДУ,**
- ▣ **САВЕТОВАЊЕ И СУГЕСТИЈЕ КОРИСНИЦИМА,**
- ▣ **СКЛАПАЊЕ ПОНУДЕ,**
- ▣ **ПРИПРЕМА ТРАЖЕНИХ ПРОИЗВОДА И УСЛУГА.**

3. ДОБРО ИЗВРШАВАЊЕ

А) ДОБРО ИЗВРШАВАЊЕ УКЉУЧУЈЕ СТАНДАРДИЗОВАНЕ ПРОЦЕДУРЕ НАПРАВЉЕНЕ ДА ОСИГУРАЈУ ДА:

- ▣ СЕРВИС БУДЕ ТАЧАН,
- ▣ ХРАНА, ПИЋЕ, ПРЕЗЕНТАЦИЈА, САНИТАРНЕ МЕРЕ, ЧИСТОЋА И АМБИЈЕНТ ОДГОВАРАЈУ УСТАНОВЉЕНИМ СТАНДАРДИМА КВАЛИТЕТА.

- ▣ **ДА СЕ ПРОФЕСИОНАЛНА ПАЖЊА УСМЕРИ НА СВЕ ДЕТАЉЕ,**
- ▣ **ДА СЕ ДОМАЋИН ОСЕТИ КАО ГОСТ НА ДОГАЂАЈУ,**
- ▣ **ДА СЕ СВИ ЗАХТЕВИ “У МИНУТ ДО ДВАНАЕСТ” ИЛИ КРИЗЕ ОДРАДЕ ХЛАДНОКРВНО, ПРОФЕСИОНАЛНО И ДА СВАКОГ ЗАДОВОЉЕ.**

Б) НАСТАВЉАЊЕ ПРОЦЕСА

4. ФИНАНСИРАЊЕ МАРКЕТИНГА

А) АНАЛИЗА ПРОДАЈЕ

- ▣ КОМПЛЕТАН ПРИХОД,
- ▣ ПРОСЕЧАН ПРИХОД ПО ПОСЛУ,
- ▣ ПРОСЕЧАН ПРИХОД ПО ТИПУ ПОСЛА,
- ▣ ПРОСЕЧАН БРОЈ ГОСТИЈУ ПО ПОСЛУ,

- ▣ ПРОСЕЧАН РАЧУН,
- ▣ БРОЈ ПОСЛОВА,
- ▣ ПРОЦЕНАТ ИСКОРИШЋЕНОСТИ ПРОСТОРА,
- ▣ ПОПУЛАРНОСТ ОДРЕЂЕНИХ ВРСТА ПОСЛОВА,
- ▣ ПРОЦЕНАТ ПОСЛОВАЊА СА СТАЛНИМ КОРИСНИЦИМА,
- ▣ ПРОЦЕНАТ ПОСЛОВАЊА НА ОСНОВУ ПРЕПОРУКЕ,

5. МАРКЕТИНШКО ИСТРАЖИВАЊЕ

- ▣ ФАЈЛ О ИСТОРИЈИ ГРУПЕ,
- ▣ ФАЈЛ О НЕУСПЕЛИМ ПОСЛОВИМА,
- ▣ ФАЈЛ О ПРАЋЕЊУ,

ИСТРАЖИВАЊЕ ТРЖИШТА И КОНКУРЕНЦИЈЕ

ТРЕБА ДА САДРЖИ СЛЕДЕЋЕ

ИНФОРМАЦИЈЕ ЗА СВАКОГ КОНКУРЕНТА:

- ▣ НАЗИВ И АДРЕСУ КОНКУРЕНТА,
- ▣ ПРОСТОР КОЈИ МУ ЈЕ НА
РАСПОЛАГАЊУ,
- ▣ КАПАЦИТЕТ ГОСТИЈУ,
- ▣ ГЛАВНА ТРЖИШТА КОЈА СЕРВИСИРА,

- ▣ ФРАНШИЗНО ПРИПАЈАЊЕ,
- ▣ ЛАНЧАНО ПРИПАЈАЊЕ,
- ▣ БРОЈ ЗАПОСЛЕНИХ У КЕТЕРИНГУ,
- ▣ ПРОСЕЧНЕ РАЧУНЕ И ДРУГЕ СЛИЧНЕ ПОДАТКЕ,
- ▣ ГЛАВНЕ ПРОИЗВОДЕ И УСЛУГЕ КОЈЕ НУДИ,
- ▣ ДНЕВНУ АНАЛИЗУ ОГЛАСНЕ ТАБЛЕ, ОДНОСНО, ЛИСТУ ДНЕВНИХ ФУНКЦИЈА.

6. ПРИМЕРИ МАРКЕТИНГА

- ▣ МЕСТО,
- ▣ ПРОИЗВОДИ И УСЛУГЕ,
- ▣ ЦЕНА,
- ▣ ПРОМОЦИЈА.

7. ПРОЦЕДУРЕ ПРОДАЈЕ

-РАСПИТИВАЊЕ, ПОСТОЈЕ ТРИ НАЧИНА ДА ПОТЕНЦИЈАЛНИ КОРИСНИК КОНТАКТИРА КЕТЕРА:

- ▣ ПИСМОМ,
- ▣ ТЕЛЕФОНОМ,
- ▣ ЛИЧНО.

**-АКВИЗИТЕРСКА ПОНУДА, ВИ НЕ ЖЕЛИТЕ
ДА ТРОШИТЕ ИЛИ РАСИПАТЕ СВОЈЕ
ВРЕМЕ, АЛИ ДА БИСТЕ БИЛИ УСПЕШНИ
ТРЕБА ДА ЗНАТЕ ДА ПОСТАВИТЕ ПРАВА
ПИТАЊА:**

1. КОГА АНИМИРАТИ?
2. КОЛИКО ЧЕСТО ПЛАНИРАТИ ДОГАЂАЈЕ,
3. ДА ЛИ ЈЕ МЕСТО У ХОТЕЛУ РЕЗЕРВИСАНО,
4. КОЈА ЈЕ ВРСТА ДИГАЂАЈА И ЗА КОЛИКО
ЗВАНИЦА,
5. КАКО ЈЕ ДОГАЂАЈ ПЛАНИРАН?