

SADRŽAJ

1. MARKETING	13
1.1. DEFINISANJE I POJAM MARKETINGA	15
1.2. MARKETING CILJEVI I REZULTATI	17
1.3. FAZE RAZVOJA MARKETINGA	19
1.3.1. Marketing miks.....	20
1.4. DEFINISANJE DIREKTOG MARKETINGA - WOM MARKETING	23
1.4.1. Lična prodaja	24
1.4.1.1. Promocija	25
1.4.1.2. Propaganda	27
1.4.1.3. Publicitet	28
1.4.1.4. Unapređenje prodaje	28
1.5. MASOVNI MARKETING VS. MARKETING LICEM U LICE	29
1.6. SCENT MARKETING - MIRIS MARKETING	30
1.6.1. Tehnike miris - marketing	31
1.6.1.1. Pitanja za diskusiju.....	32
1.6.1.2. Izabrana literatura.....	32
2. ORGANIZACIJA I VOĐENJE MARKETINGA.....	35
2.1. VOĐENJE I ORGANIZOVANJE MARKETINGA.....	37
2.2. POJAM ORGANIZACIJE I ORGANIZOVANJA	37
2.2.1. Organizacija marketinga.....	37
2.3. TRŽIŠNI UČESNICI	40
2.4. POJAM FUNKCIJE I FUNKCIJE MARKETINGA	41
2.4.1. Funkcija marketinga	42
2.5. MARKETING TIM.....	44
2.6. KOMUNIKACIJA USLOV EFIKASNOSTI POSLOVANJA ...	46
2.6.1. Planiranje.....	46
2.6.2. Marketing plan	47
2.7. TRGOVINSKI MARKETING I MARKETING TRGOVINE ...	49
2.7.1. Marketing trgovine	52
2.7.1.1. Pitanja za ponavljanje.....	53
2.7.1.2. Izabrana literatura.....	54
3. MENADŽMENT	55
3.1. ALATI SAVREMENOG MENADŽMENTA	57

3.2.	MENADŽMENT PROCES	58
3.2.1.	Ključni aspekti procesa menadžmenta	60
3.3.	MENADŽMENT PRODAJE	60
3.3.1.	Vještine menadžera prodaje	61
3.3.2.	Područja djelovanja-menadžmenta prodaje	61
3.3.2.1.	Konsultativna prodaja	63
3.3.2.2.	Tehnička prodaja	63
3.3.2.3.	Komercijalna prodaja	63
3.3.2.4.	Pitanja za ponavljanje	64
3.3.2.5.	Izabrana literatura	64
4.	POSLOVNE VJEŠTINE	65
4.1.	VJEŠTINE	67
4.2.	BILJEŠKE	67
4.3.	NEUROLINGVINISTIČKO PROGRAMIRANJE-NLP	68
4.4.	RIJEČI	68
4.4.1.	Glas	69
4.5.	GOVOR TIJELA	69
4.6.	UNIVERZALNI GESTOVI	70
4.7.	POSLOVNA KOMUNIKACIJA GOVORA TIJELA	72
4.8.	KULTURNE RAZLIKE	75
4.8.1.1.	Pitanja za diskusiju	76
4.8.1.2.	Izabrana literatura	76
5.	OSNOVNO O PRODAJI	77
5.1.	PRODAVAC	79
5.1.1.	Šta je ustvari profesija prodavca?	79
5.1.1.1.	Prodavac u prodajnom objektu	82
5.1.1.2.	Komercijalista	82
5.1.1.3.	Trgovački zastupnik	83
5.1.1.4.	Trgovački putnik	84
5.1.1.5.	Akviziter	85
5.1.5.	Kako postati uspješan prodavač	86
5.2.	KUPAC	88
5.2.1.	Podjela kupaca	89
5.3.	ROBA	90
5.4.	PRODAJA	91
5.5.	PRODAJNI KONCEPT	91
5.5.1.	Savremeno definisanje prodaje	91
5.5.1.1.	ParetoV ZAKON	94
5.5.1.2.	Vrste poslova u oblasti prodaje	94
5.5.2.	Prodaja ključ uspjeha kompanije	95

5.6. OSNOVNI TIPOVI PRODAJNOG PRISTUPA	96
5.7. PROCES PRODAJE	96
5.7.1. Glavna uloga prodaje?	97
5.8. PROMOCIJA PRODAJE	98
5.8.1. Šta je promocija prodaje?	98
5.8.2. Ciljevi promocije prodaje	99
5.8.3. Klasifikacija promocije prodaje.....	100
5.8.3.1. Trendovi u prodajnoj promociji- očekivanja kupaca	101
5.8.3.2. Trendovi u prodajnoj promociji- elektronsk isporuka	101
5.9. PRODAJNE METODE	102
5.9.1. PAWNFAB	102
5.9.2. AIDA	103
5.9.3. DIDADA	104
5.9.4. Rast prodaje	105
5.9.5. Identifikovanje prodajnih ciljeva	105
5.10. TRANSAKCIONA PRODAJA	106
5.11. PLANIRANJE I UPRAVLJANJE U PRODAJI	106
5.11.1.1. Pitanja za diskusiju.....	109
5.11.1.2. Izabrana literatura.....	109

6. LIČNA PRODAJA 111

6.1. EVOLUCIJA LIČNE PRODAJE	113
6.2. DIREKTNIA I LIČNA PRODAJA	114
6.2.1. Lična prodaja - definisanje	117
6.2.2. Značaj lične prodaje	119
6.2.3. Osnovni ciljevi lične prodaje.....	122
6.2.4. Lična prodaja kao sredstvo za promociju?	123
6.2.5. Uloga lične prodaje.....	123
6.2.6. Osnovni oblici lične prodaje.....	124
6.2.7. Funkcije lične prodaje	124
6.2.8. Razumijevanje lične prodaje	124
6.3. »JA« PORUKE.....	125
6.4. PROCEDURA LIČNE PRODAJE.....	125
6.4.1. Nalaženje potencijalnih kupaca	126
6.4.2. Metode traženja potencijalnih kupaca	126
6.4.3. Telekomunikacijska revolucija.....	127
6.4.4. Priprema telefonskog razgovora	128
6.4.4.1. Telefonski glas	128
6.4.4.2. Stvaranje pozitivnog utiska	129
6.4.4.3. Fraze u telefonskom razgovoru	129
6.4.4.4. Telemarketing	130
6.4.4.5. Hladni pozivi - Cold Calling tehnika.....	132

6.4.5.	Konferencije i sajmovi.....	133
6.4.6.	Preporuka.....	134
6.4.6.1.	Kako dobiti preporuku?.....	134
6.4.7.	Web stranice.....	135
6.4.8.	Faze organizacije poslovnog razgovora.....	135
6.4.9.	Planiranje prodaje - osnove.....	136
6.4.10.	Planiranje prodajnog razgovora.....	136
6.4.11.	Priprema prodajnog razgovora.....	136
6.4.12.	Prodajni sastanak sa kupcem.....	138
6.4.12.1.	Tok prodajnog procesa upotrebom metode scenarija.....	139
6.4.13.	Vodenje prijatnog razgovora.....	146
6.4.13.1.	Uspješan razgovor.....	146
6.4.13.2.	Tehnike informisanja.....	147
6.4.14.	Ostavljanje dobrog utiska.....	151
6.4.15.	Pregovaranje i cjenkanje.....	152
6.4.15.1.	Cjenkanje.....	153
6.4.15.2.	Pregovaranje.....	153
6.4.16.	Tehnike prevladavanja prigovora.....	156
6.4.16.1.	Bumerang metoda.....	156
6.4.16.2.	Metoda kompenzacije.....	157
6.4.16.3.	Metoda tri F.....	157
6.4.17.	Zaključenje prodajnog razgovora.....	158
6.4.17.1.	Tehnike zatvaranja prodaje.....	159
6.4.17.2.	Upitne faze.....	159
6.4.18.	Postprodajni kontakti sa kupcem.....	160
6.4.19.	Neuspjeh u prodaji.....	160
6.5.	TEHNIKE PRODAJE.....	161
6.5.1.	SPIN tehnika.....	164
6.5.2.	Lijevak tehnika.....	166
6.5.3.	Bodljikavo prase - tehnika.....	167
6.5.4.	Tehnika pogrešnog zaključka.....	168
6.6.	TEHNIKE DODATNE PRODAJE.....	169
6.6.1.	Unakrsna prodaja (vezana prodaja) - Cross selling.....	169
6.6.2.	Uvećanje prodaje - Up selling.....	170
6.7.	KARAKTERISTIČNI OBLICI LIČNE – TERENSKE PRODAJE.....	171
6.7.1.	Multilevel marketing.....	171
6.7.1.1.	Ambulantna prodaja.....	173
6.7.1.2.	Prodaja putem telefona.....	174
6.7.1.3.	Prodaja u okviru prodajnih izložbi.....	174
6.7.1.4.	Komisiona prodaja i dopunski biznis.....	175
6.7.1.5.	Pitanja za diskusiju.....	176
6.7.1.6.	Izabrana literatura.....	176

7. MARKETINŠKE TEHNIKE U PRODAJI	179
7.1. RELATIONSHIP MARKETING.....	181
7.2. CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM).....	181
7.3. MYSTERY SHOPPING.....	185
7.3.1. Mali riječnik Mystery Shopping-a.....	187
7.4. B2B PRODAJA.....	188
7.4.1. Izgled tipičnog B2B prodajnog procesa	189
7.4.2. Struktura kupovnog procesa u B2B prodaji.....	189
7.4.3. Nastavak i napredak u B2B prodaji	190
7.4.4. Struktura odlučivanja.....	190
7.4.5. Ključni donosilac odluke.....	190
7.4.5.1. Pitanja za diskusiju.....	191
7.4.5.2. Izabrana literatura.....	191
8. GLOSAR	193
9. INDEKS POJMOVA	195