

1. UVOD

1.1. Predmet i ciljevi istraživanja

Prodaja je proces koji se može uvijek nadograđivati. Uspješno obavljena prodaja preduzeće vadi iz problema, krize, obnavlja i stvara nove poslovne kontakte, te samo preduzeće stvara još uspješnijim.

Uspjeh svake poslovne organizacije direktno zavisi od uspješne prodaje. Upravo zbog toga, tehnologija upravljanja prodajom spada u najkompleksnije mehanizme za koje je neophodno poznavanje mnogih aspekata menadžmenta: od pravilno postavljene organizacione strukture, preko kvalitetnog sistema nagrađivanja do neprestanog usavršavanja prodajnih vještina te što većeg broja zaposlenih. Kada se sumira prodaja i značenje same prodaje možemo reći jednom riječju da prodaja predstavlja sistem. Sama prodajna funkcija često svojim neadekvatnim radom za pribavljanje informacija o kretanju na tržištu i zahtjevima društva može biti krivac što kompanija ne proizvodi onu vrstu i kvalitet koje samo društvo u određenoj situaciji i traži.

Cilj rada jeste da se pokaže na praktičnom primjeru „Kompanije Bužanin D.O.O“ kako teku prodajne aktivnosti u samom preduzeću.

1.2. Hipoteza

U ovome radu predmet istraživanja biće sledeća hipoteza:

Radna hipoteza- *Kombinacijom više metoda ili tehnika prodaje kompanija može da ostvari uspješan plasman na tržištu.*

1.3. Metode rada

U istraživanju sam koristila osnovne naučne metode: metodu analize koja se odnosi na sam problem istraživanja kao i metodu sinteze koja dolazi do posebnog značaja u zaključku cjelokupnog rada, kao i istorijsku metodu gdje govorim o kompaniji i njenom početku i nastanku.

1.4. Struktura rada

Rad se sastoji od šest poglavlja. Prvo poglavlje sadrži uvodna razmatranja predmet, cilj, metod i strukturu rada. Ostala tri poglavlja predstavljaju srž diplomskog rada: šta je prodaja, koje su to promotivne aktivnosti, kao i prodajne aktivnosti kompanije Bužanin d. o. o. Šipovo.

Mirjana Bužanin- Prodajne aktivnosti u kompaniji Bužanin d.o.o

U završnom dijelu ovoga diplomskog rada nalazi se zaključak, u kojem su date kratke crte o unapređenju prodajnih aktivnosti. I na samom kraju rada nalazi se literature kao posljednji segment diplomskog rada.