

Sadržaj

| | |
|---|--------|
| 1. UVOD | - 4 - |
| 1.1. Predmet i ciljevi istraživanja..... | - 4 - |
| 1.2. Hipoteza | - 4 - |
| 1.3. Metode rada | - 4 - |
| 1.4. Struktura rada..... | - 4 - |
| 2. SAVREMENO DEFINISANJE PRODAJE | - 6 - |
| 2.2. Prodaja ključ uspjeha kompanije | - 7 - |
| 2.3. Menadžment prodaje..... | - 7 - |
| 3. PROMOTIVNE AKTIVNOSTI | - 9 - |
| 3.1. Definisanje promocije | - 11 - |
| 3.1.1. Ciljevi promocije prodaje..... | - 12 - |
| 3.1.2. Klasifikacija promocije prodaje | - 13 - |
| 3.2. Unapređenje prodaje | - 13 - |
| 3.2.1. Definicija unapređenja | - 16 - |
| 3.2.2. Instrumenti unapređenja prodaje..... | - 18 - |
| 3.3. Definisanje lične prodaje | - 21 - |
| 3.3.1. Oblici lične prodaje..... | - 23 - |
| 3.4. Načini pronalaženja kupaca | - 26 - |
| 4. PRODAJNE AKTIVNOSTI KOMPANIJE BUŽANIN D.O.O ŠIPOVO | - 28 - |
| 4.1.O kompaniji | - 28 - |
| 4.2. Tržište | - 31 - |
| 4.3. Prodajne aktivnosti u kompaniji | - 32 - |
| 4.3.1. Metode pronalaženja kupaca u kompaniji..... | - 32 - |
| 4.3.2. Aktivnosti na unapređenju prodaje | - 33 - |
| 5. ISTRAŽIVAČKI DIO RADA | - 35 - |
| 5.1.Rezultati istraživanja..... | - 35 - |
| 7. ZAKLJUČAK | - 41 - |
| 8. LITERATURA | - 42 - |
| 9. PRILOG | - 43 - |