

1 UVOD

Danas u savremeno doba kada se svijet munjevitom brzinom mijenja tržište sve više razvija i nauka i tehnologija napreduju potrebno je stalno izmišljati nove načine pridobivanja pažnje potrošača. Potrebno je da budemo inovativni neustrašivi i odvažni i da bi se upustili u ovu stalnu borbu na već velikom i razvijenom tržištu i tako istakli iz mase drugih. Učesnici na ovom tržištu takođe moraju da znaju kako da prepoznaju koje su to sadašnje želje i potrebe potrošača ali isto tako i da predvide njihove buduće potrebe. Oni moraju da znaju da pronalaze nove načine prilagođavanja potrošačima i kako samog potrošača da uključe u taj proces poslovanja. Danas je veoma bitno postići različitost i jedinstvenost da bi se istakli u moru istih i postali jedinstveni i drugačiji a samim tim i jedinstveni i lako prepoznatljivi potrošačima. Zato danas savremeni mediji igraju veliku ulogu u privlačenju pažnje potrošača.

Nekada čak nisu bili mnogo zastupljeni savremeni načini komunikacije sa potrošačima stalno se vršio uticaj na razne načine na potrošače i tražili novi zanimljiviji načini komunikacije jer se oduvijek znalo da oni imaju veliki uticaj na njih i na njihovo mišljenje.

Dakle pristup potrošačima je veoma važan. Pristup mora da bude dio dugoročnog plana i već isplaniran da bi to mogli uraditi potrebni su nam dugogodišnje znanje iskustvo i prije sveg vrhunski stručnjaci i neko ko zna i razumije se u ovaj proces. Ako uzmemo još u obzir da postoje različiti tipovi ličnosti potrošača taj proces neće biti tako lako kao što se čini. U ovom procesu nam u mnogome može pomoći savremeni načini komuniciranja odnosno savremene promotivne strategije kojih je danas puno. Uzimajući sve gore navedeno u obzir glavni cilj je naravno satisfakcija potreba potrošača i zadovoljenje njihovih potreba. Pošto su danas potrošači sve izbirljiviji i zahtjevniji postoji niz savremenih promotivnih strategija a neke od njih su promocija kroz određene događaje, internet marketing, strategija upravljanja potrošačima i slično.

Savremeni načini privlačenja potrošača danas idu tak odaleko da čak jedna od danas zanimljivih strategija je takođe i strategija korištenja poznatih ličnosti u svrhu privlačenja potrošača. Mnoge velike firme angažuju poznate ličnosti u svrhu promovisanja i privlačenja potencijalnih potrošača i privlačenja njihove pažnje. Oni na taj način smatraju da će brže doprijeti do potrošača što i nije tako loša ideja jer svi znamo da danas poznate ličnosti mnogo utiču na bolji imidž kompanija samim tim i obezbjeđuju veću zainteresovanost.

Ovakvi koncepti odnosno strategije poslovanja se preduzimaju u ciju privlačenja potrošača. Trebalo bi da obezbjede veću pažnju i zainteresovanost potrošača i takođe stvaraju bazu odnosno osnovu za profitabilno poslovanje. Bez dobre strategije teško je da zamislimo efikasno poslovanje. Ako znamo da je današnji savremeni marketing pristup usmjeren ka davanju potrošačima onoga što žele potrebno je da ako želimo dobru promotivnu strategiju da poznamo želje potrošača i nudimo im ono što oni žele.