

## S A D R Ź A J

|                                                                                 |    |
|---------------------------------------------------------------------------------|----|
| UVOD .....                                                                      | 3  |
| 1. PRISTUP DEFINISANJU MARKETINGA .....                                         | 4  |
| 2. POTREBA ZA MARKETINGOM U SAVREMENIM TRŽIŠNIM USLOVIMA .....                  | 5  |
| 3. MARKETING USLUGA .....                                                       | 6  |
| 4. SPECIFIČNOSTI MARKETINGA USLUGA .....                                        | 7  |
| 5. POTREBA ZA PRIMJENOM MARKETINGA U BANKARSTVU .....                           | 9  |
| 6. ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA BANKE .....                                             | 13 |
| 7. MARKETING KOMUNIKACIJE BANKE SA OKRUŽENJEM .....                             | 14 |
| 8. MARKETING MIKS BANKE .....                                                   | 17 |
| 9. UPRAVLJANJE ELEMENTIMA MARKETING MIKSA .....                                 | 24 |
| 9.1 Upravljanje uslugom .....                                                   | 24 |
| 9.2 Upravljanje cijenama .....                                                  | 26 |
| 9.3 Upravljanje distribucijom .....                                             | 28 |
| 9.4 Upravljanje promocijom .....                                                | 30 |
| 10. SAVREMENI MARKETING TRENDovi .....                                          | 38 |
| 10.1 Upravljanje odnosima sa kupcima / customer relationship management .....   | 38 |
| 10.2 Analiza predviđanja odluka potrošača / Conjoint analiza .....              | 45 |
| 10.3 Internet marketing .....                                                   | 48 |
| 10.4 Marketing kroz događaje i promocije / Event marketing .....                | 51 |
| 10.5 Virusni marketing / Buzz marketing .....                                   | 54 |
| 10.6 Ambijentalni marketing / Ambient media marketing .....                     | 56 |
| 10.7 Ljubav prema markama / Lovemarks ili brand marketing .....                 | 60 |
| 10.8 Marketing ciljnih grupa / Scenemarketing .....                             | 67 |
| 10.9 Bluetooth marketing .....                                                  | 71 |
| 10.10 Personalizovani marketing / One to one marketing .....                    | 73 |
| 10.11 Privatno ili VIP bankarstvo .....                                         | 74 |
| 11. PRIMJENA SAVREMENIH MARKETINŠKIH TRENDova NA TRŽIŠTU REPUBLIKE SRPSKE ..... | 77 |
| 12. MARKETING STRATEGIJA I POZICIONIRANJE NLB                                   |    |
| RAZVOJNE BANKE A.D. BANJALUKA .....                                             | 78 |
| ZAKLJUČAK .....                                                                 | 83 |
| LITERATURA .....                                                                | 85 |