

S A D R Ź A J:

Strana

1. UVOD	4
2. STRATEGIJA UNAPREĐENJA PRODAJE FARMACEUTSKIH PROIZVODA	6
2. 1. Analiza tržišta i konkurencije	6
2. 2. Segmentacija tržišta	7
2. 3. Razvoj odnosa sa kupcima.....	9
2. 4. Edukacija zaposlenih	14
2. 5. Digitalni marketing	17
2. 6. Promocija i događaji	18
2. 7. Inovacije i istraživanje	20
2. 8. Logistika i distribucija	22
2. 9. Etika i društvena odgovornost	26
2. 10. Praćenje rezultata	27
3. ZAKLJUČAK.....	29
LITERATURA	31
PRILOG	32
Popis slika	32