

Univerzitet Educons
Fakultet za Uslužni Biznis
Sremska Kamenica

EDUCONS
UNIVERSITY



Predmet: Finansijski uslužni marketing i elektronska trgovina

DIPLOMSKI RAD

Tema:

Specifičnosti unapređenja prodaje
kao instrument marketing miksa

Mentor:

Student:

Novi Sad april 2012

S A D R Ž A J

I D E O

1. Uvodna razmatranja – unapređenje prodaje
1
2. Definisane unapređenja prodaje
2
3. Odluka o unapređenju prodaje
2
4. Strategije unapređenja prodaje
4
 - 4.1. Strategija podsticanja za povećanje kupovina prodavnice
4
 - 4.2. Strategija podsticanja kupovine od strane direktnih potrošača/korisnika
4
 - 4.3. Strategija preduzimanja dodatnih aktivnosti u cilju isticanja proizvoda
5
 - 4.4. Strategija stvaranja lojalnosti zaposlenih u kompaniji i javnosti
5
5. Push i pull strategije
6
6. Opravdanost uvođenja unapređenja prodaje
6
7. Aktivnosti unapređenja prodaje
7
 - 7.1 Aktiviranje potencijalno novih korisnika proizvoda/usluga
7
 - 7.2 Tehnike podsticanja na ponovnu kupovinu
8
8. Stvaranje dugoročne lojalnosti kod kupca, širenje i razvoj prodaje
9
9. Prilagođavanje potrošačima
10
10. Unapređenje prodaje na prodajnom mestu
10
11. Označavanje prodajnog mesta
10
12. Lična prezentacija
11

----- CEO RAD MOŽETE PREUZETI NA SAJTU -----

<http://www.maturskiradovi.net/eshop/>

**POGLEDAJTE VIDEO UPUTSTVO SA TE STRANICE I PORUČITE RAD
PUTEM ESHOPA , REGISTRACIJA JE OBAVEZNA.**

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com