

## MARKETING PLAN

Pošto smo iz predhodnih nastavnih jedinica naučili šta je marketing i koji su njegovi sastavni elementi, sada možemo preći na marketing plan, kao sastavni dio biznis plana, na njegov značaj i izradu.

### 1. Šta je marketing plan (MP)?

MP je osnova za svako poslovanje i za efikasan i efektivan marketing bilo kog proizvoda ili usluge. MP razrađuje osnovne korake koje je potrebno preduzeti da bi preduzeće prešlo iz postojeće u željenu poziciju. Za svaki korak moguće je, na osnovu MP-na, znati, koliko je vremena i napora potrebno, koji su resursi potrebni i slično. Bez MP-na nije moguće znati, kada i koliko će se dostići, postavljeni ciljevi.

MP je pisani dokument koji nam daje informacije:

- ko su naši potencijalni kupci (svi oni koji troše naš proizvod), a takođe i ko nisu
- ko je naša konkurencija (koje su njene slabosti i snage, na kojem tržištu je prisutna, koja je njena cjenovna strategija, kako plasira svoju robu, po čemu se njen proizvod ili usluga razlikuje od našeg i naravno, kako mi planiramo da pobijedimo konkurenciju).

### 2. Elementi MP-na:

1. Detaljan opis proizvoda (usluge)
2. Tržište (analiza lokacije na kojoj namjeravamo plasirati proizvode (usluge))
3. Poređenje sa konkurencijom
4. Procjena tražnje
5. Procjena našeg tržišnog udjela
6. Plan obima prodaje
7. Procjena prodajne cijene proizvoda (usluge)
8. Koje će se promotivne mjere koristiti
9. Troškovi promocije

MP i njegov sadržaj nije univerzalan, njegov sadržaj zavisi od vrste posla kojim se preduzeće bavi, od njegovog značaja za preduzeće i od stila rada menadžmenta u tom preduzeću.

Dakle, MP je specifičan za svako preduzeće.

MP najčešće sadrži:

- sažetak za potrebe višeg rukovodstva
- analizu situacije na tržištu
- procjenu šansi i prijetnji
- specifikaciju marketing ciljeva
- pripremu programa akcije itd.

MP se često mora korigovati zbog nepredviđenih događaja u okruženju, a i u samom preduzeću.

**Analiza poslovnih mogućnosti i ciljeva koje trebaju ili mogu biti ostvareni vrši se u formi SWOT analize koja predstavlja ukrštanje snaga i slabosti preduzeća sa šansama i prijetnjama iz okruženja.**

**DOMAĆI ZADATAK:**

**Pronaći i pročitati sadržaj nastavne jedinice iz udžbenika(str.124.-127.),kako biste upotpunili svoje znanje.**

**Nakon što ste sigurni da ste sve dobro razumjeli,pokušajte da napraviteMP,za svoju poslovnu ideju.**

**Napomena:Sva dodatna pitanja u vezi ove,a i bilo koje druge,nastavne jedinice mozete postaviti na moju e-mail adresu:radojkavlacic66@gmail.com**