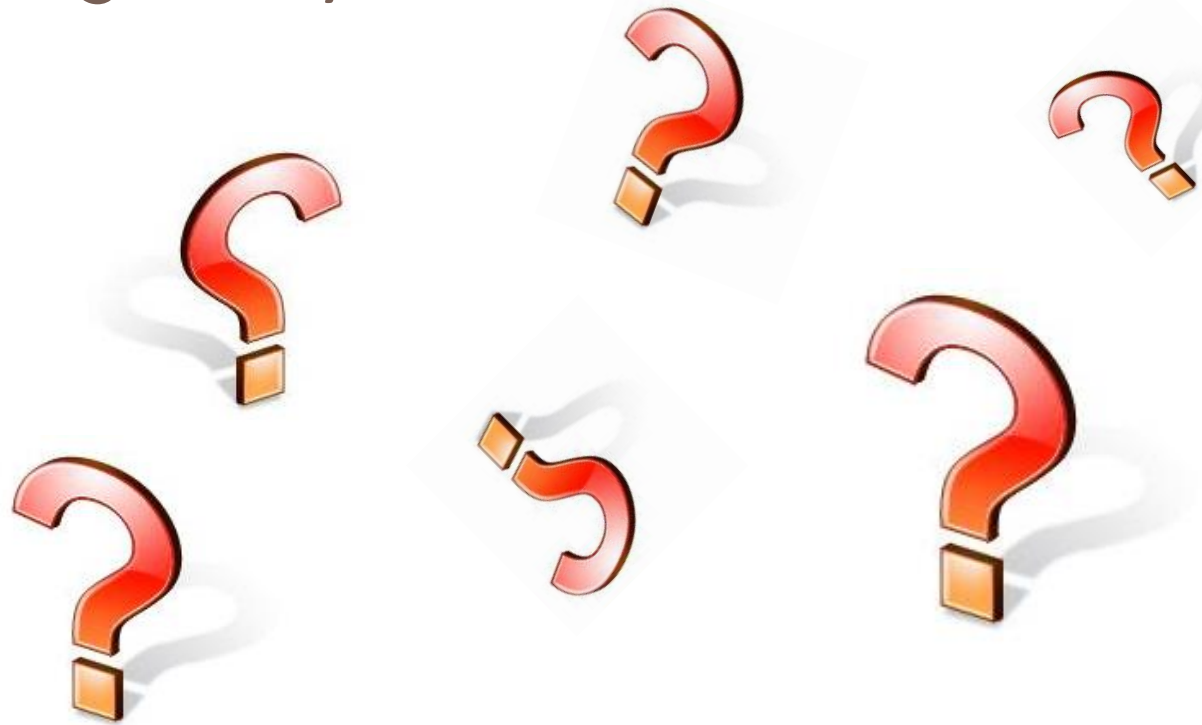


MARKETING ȘI VÎNZĂRI



Prin ce putem menține
clienții/partenerii actuali și
atrage alții noi?



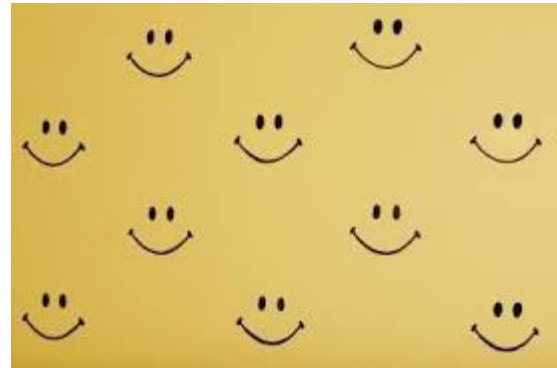
Totalitatea cumparatorilor actuali sau potentiali



Clientul poate fi...



Păstrarea clientelei



Etapele procesului luării deciziei de cumparare:



Etapele procesului luării deciziei de cumpărare:

- ❶ identificarea nevoii
- ❷ căutarea informațiilor și prelucrarea lor
- ❸ evaluarea alternativelor
- ❹ decizia de cumpărare
- ❺ comportamentul post-cumpărare

Nu uita că în vânzări...

**Frica de a pierde este mai
mare decit dorința de a
ciștiga!**

Toate se reduc la:

**satisfactia
consumatorului**

+

profit



Patru tipuri de vinzatori...

1. Primitorul de cereri

Patru tipuri de vinzatori...

2. Împingătorul de produs

Patru tipuri de vinzatori...

3. Supravinzătorul

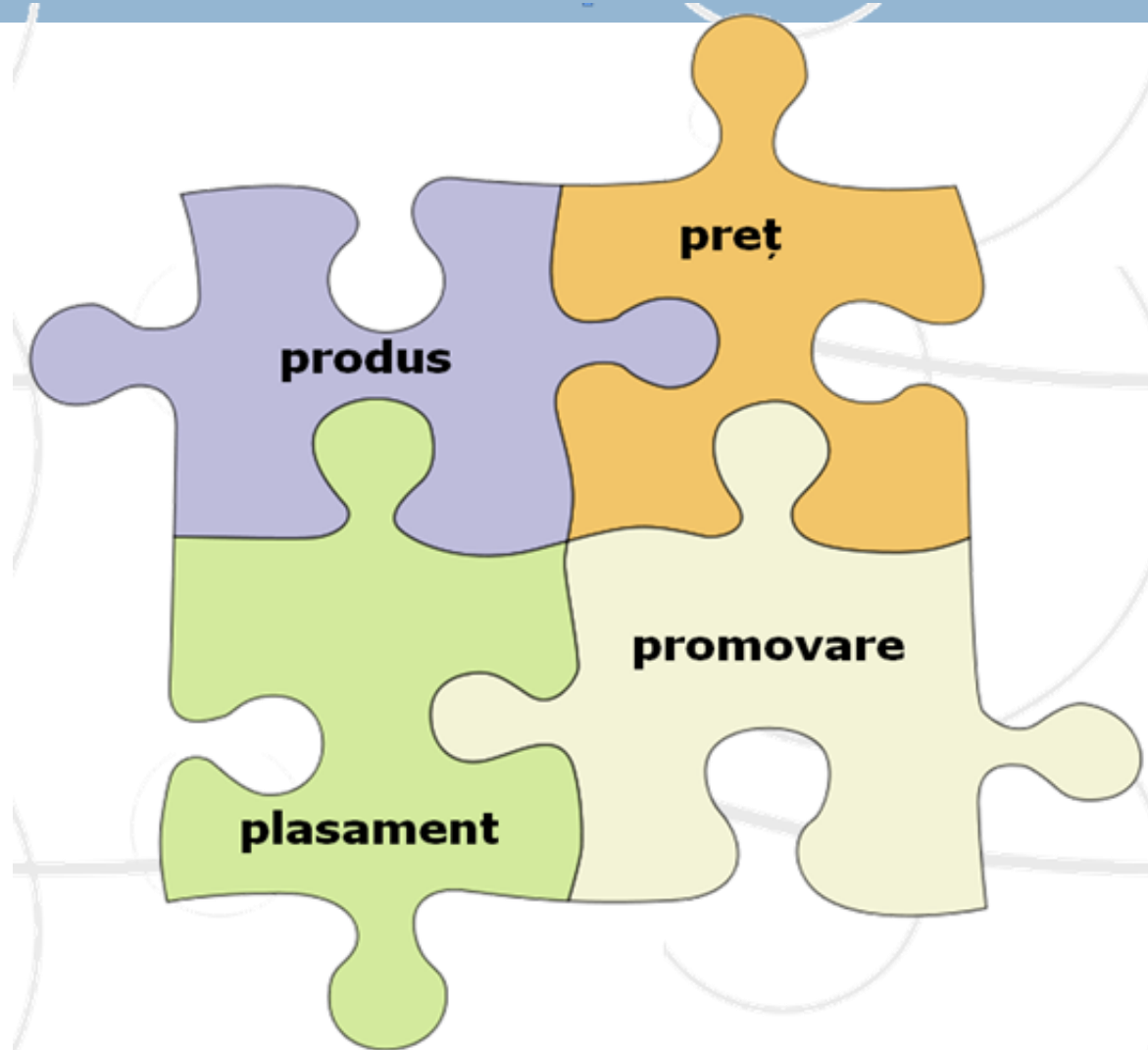
Patru tipuri de vinzători...

4. Cel care rezolvă probleme

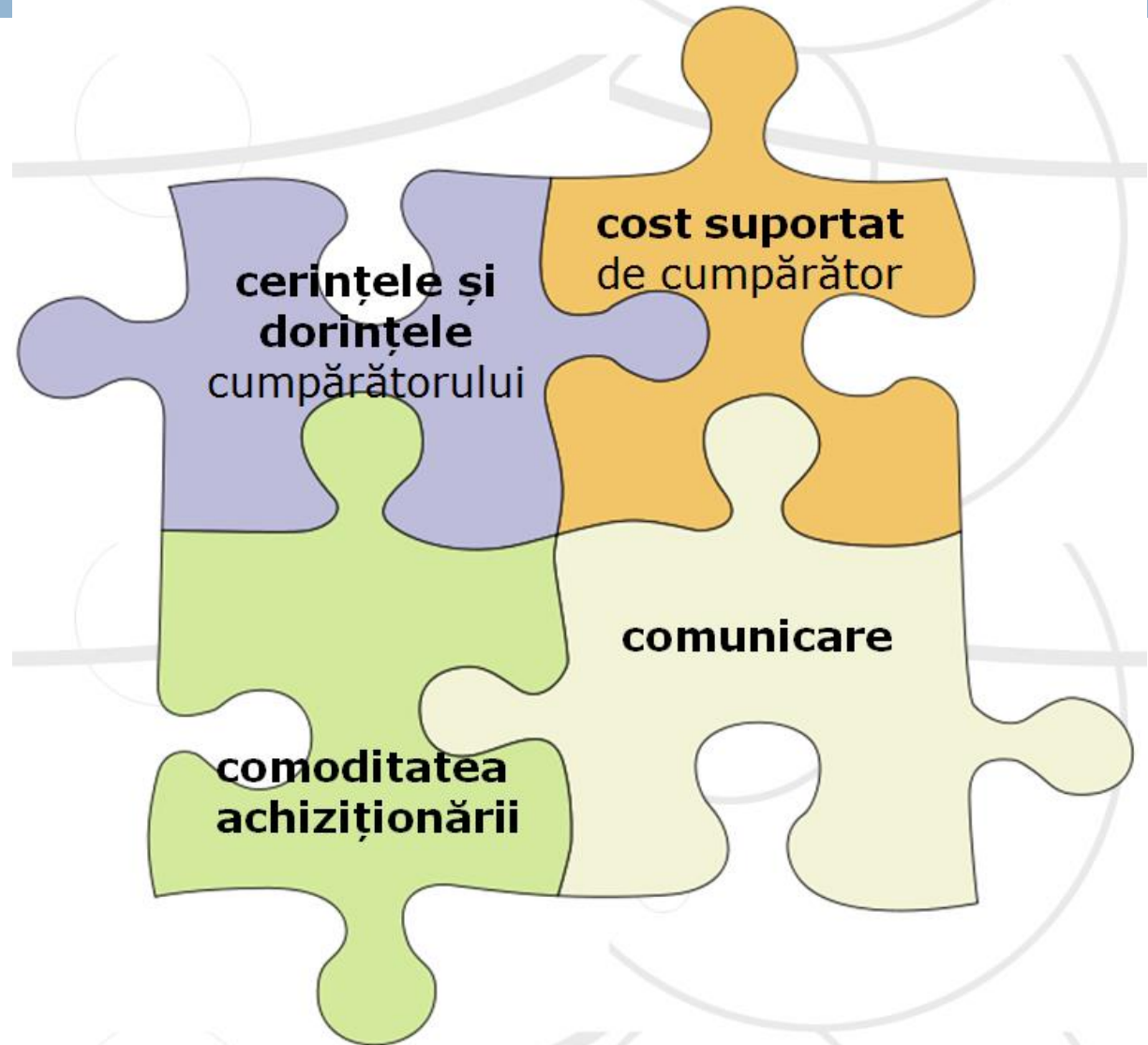
Cele 4 obstacole în vânzări



mixul de marketing - 4 P



mixul de marketing - 4 C





PIAȚA

tipologia pieței

A) piața ofertei (a vânzătorului)

oferta



<

cererea



tipologia pietei

B) piața cererii (a cumpărătorului)

oferta



>

cererea



RELATII POSIBILE INTRE PIETELE DIFERITOR PRODUSE

- ***relatii de asociere***
- ***relatii de substituire***
- ***relatii de indiferenta***

INDICATORII PIETEI

- 1. Capacitatea efectivă**
- 2. Capacitatea potențială**
- 3. Potențialul de absorbție al pieței**
- 4. Potențialul de export**
- 5. Efectivul și structura nonconsumatorilor relativi**
- 6. Cota de piață**
- 7. Aria pieței**
- 8. Rata de creștere a pieței**
- 9. Gradul de saturare a pieței**



Care e potențialul meu client?

cercetarea pieței

- De ce cercetăm?
- Cum cercetăm?



Metode de obtinere a informatiilor:

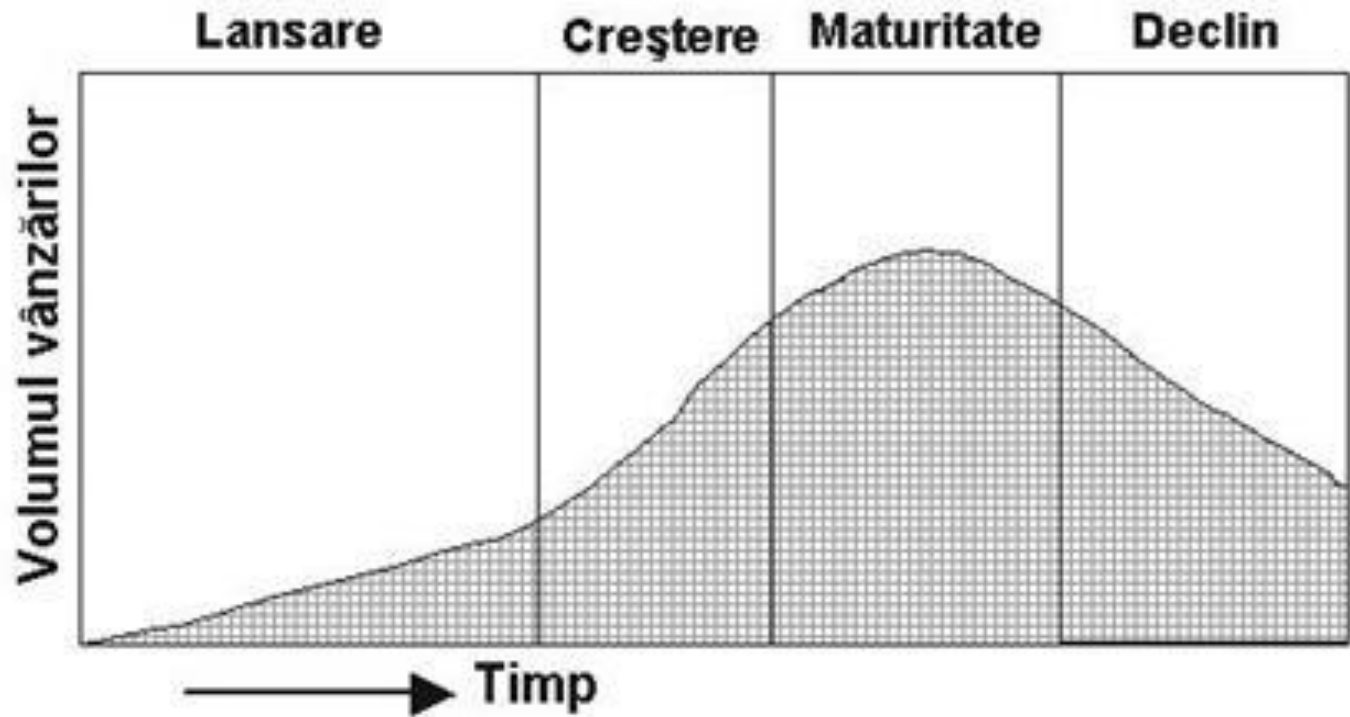
- **Investigarea surselor statistice**
- **Cercetarea directă**
 - ***de observare***
 - ***de anchetare***
- **Experimentul si simularea în cercetările de marketing**

produsul și asortimentul

**Produsul ideal e
cel care satisface
cerințele
consumatorului**



ciclul de viață al produsului

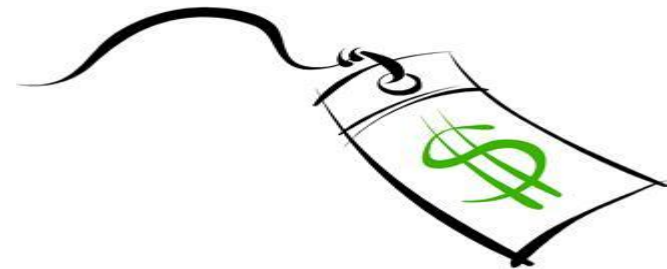


Asortimentul

- Diversificarea orizontală
- Diversificarea verticală
- Diversificarea laterala

formarea prețurilor

- metoda adaosului
- pe baza cererii
- pe baza concurenței

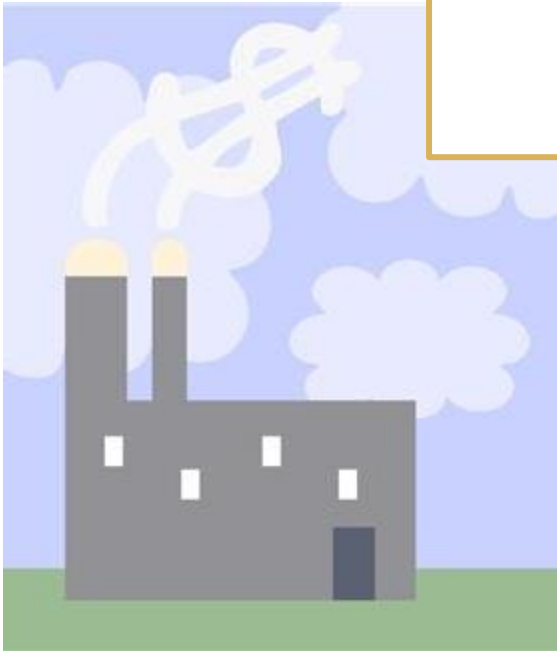


Strategii care pot influența nivelul prețurilor



distribuția produsului

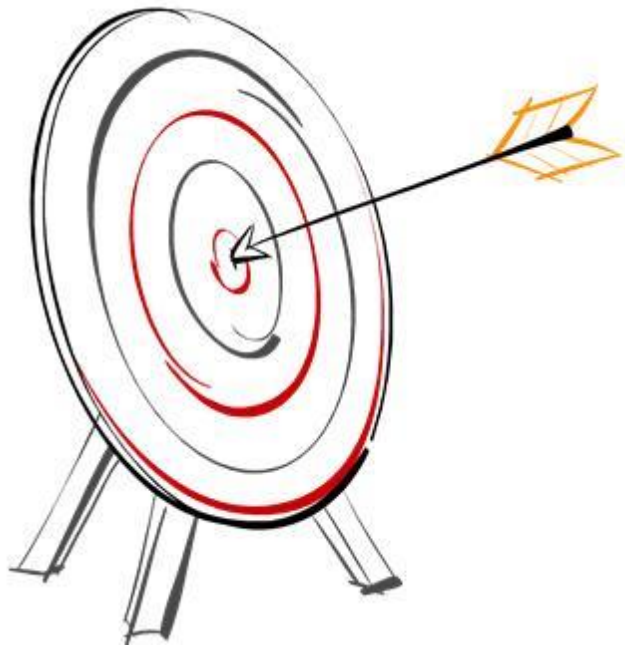
**Face legătura între
producție și
consum**



Dimensiunile CD:

- ***Lungimea***
- ***Lățimea***
- ***Adâncimea***

promovarea



**Un mesaj clar
adresat grupului-
țintă**



care sînt canalele
și metodele de
promovare?

