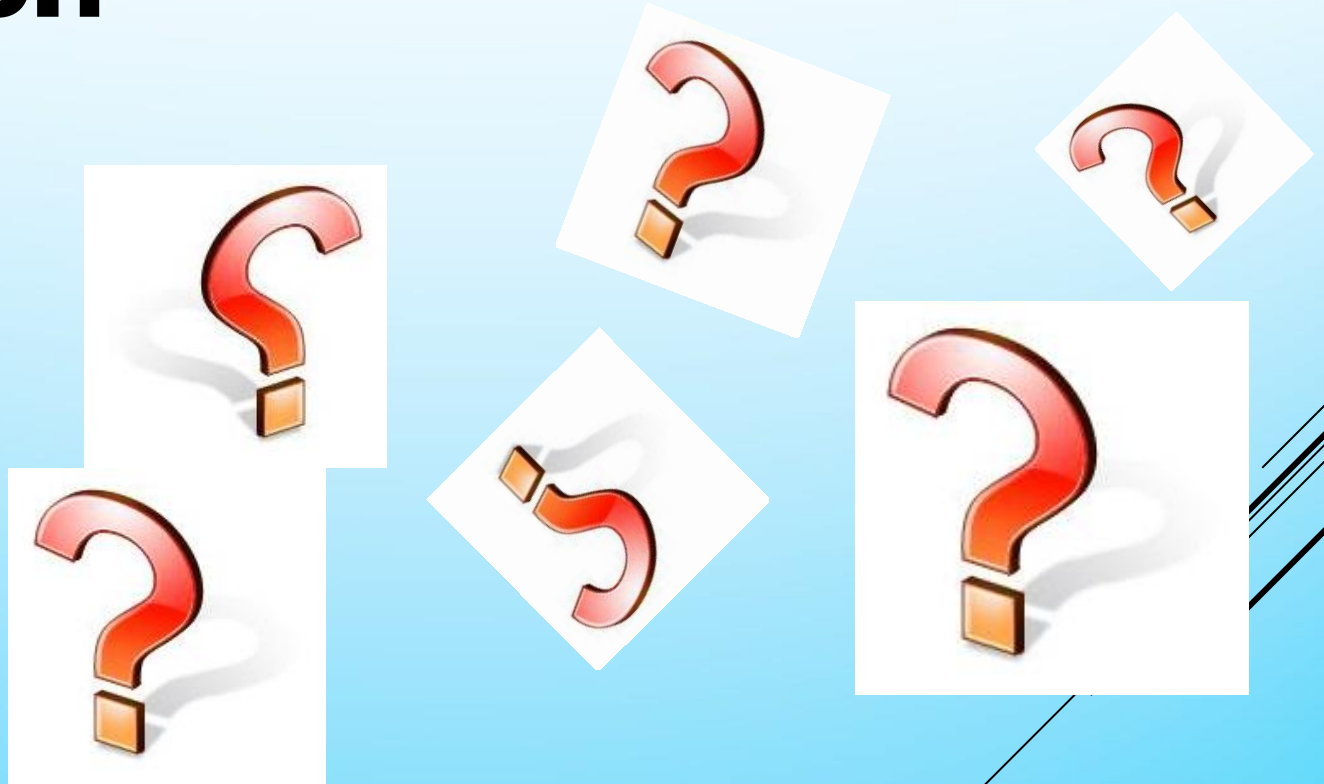


MARKETING SI VANZARI



PRIN CE PUTEM MENȚINE CLIENTII/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 vinzători...

1. Primitorul de cereri

Patru tipuri de vinzatori...

2. Împingătorul de produs

Patru tipuri de vinzatori...

3. Supravinzătorul

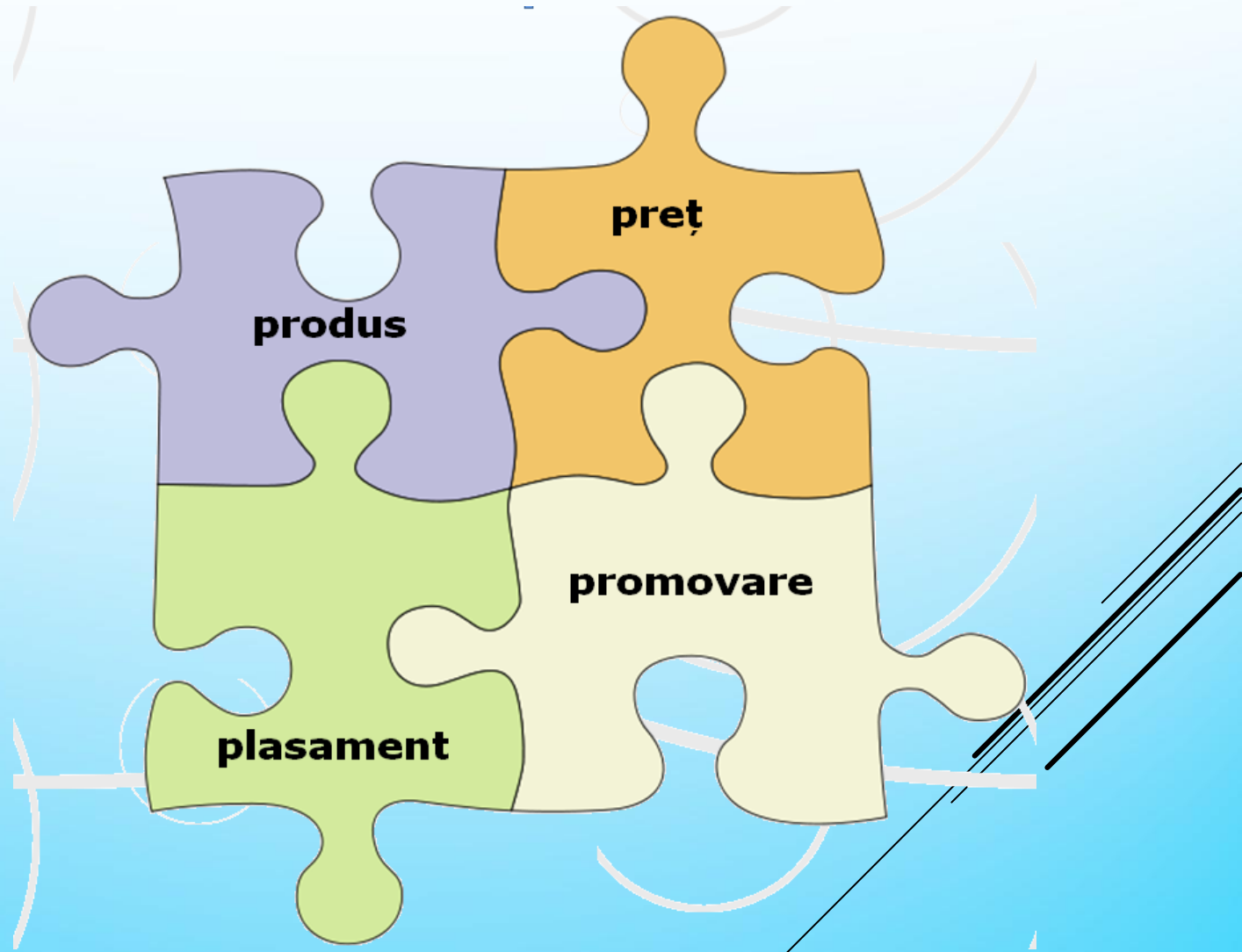
Patru tipuri de vinzători...

4. Cel care rezolvă probleme

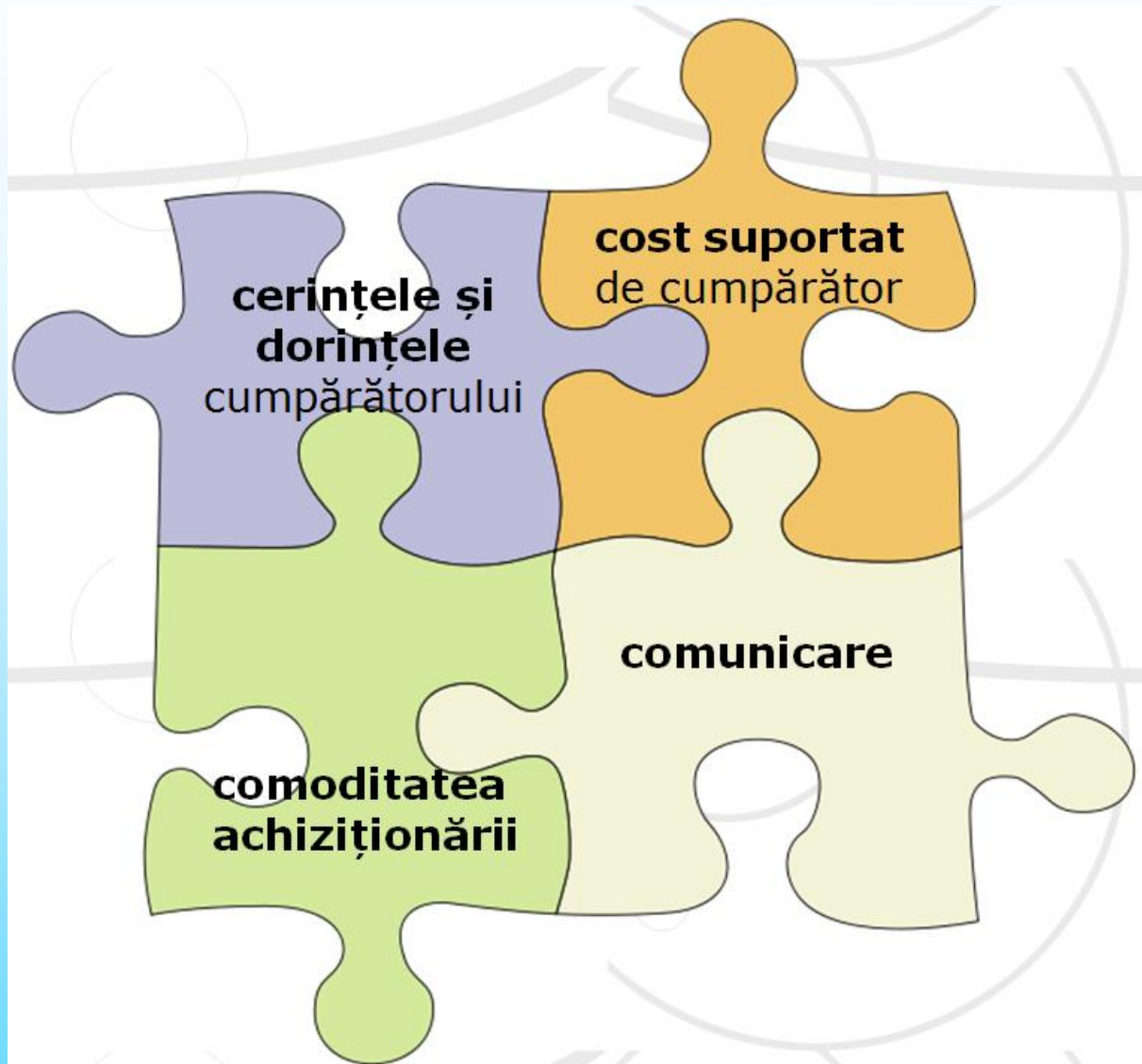
Cele 4 obstacole în vânzări



MIXUL DE MARKETING - 4 P



MIXUL DE MARKETING - 4 C





PIAȚA

A) piața ofertei (a vânzătorului)

oferta



cererea



TIPOLOGIA PIETEI

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*
- 

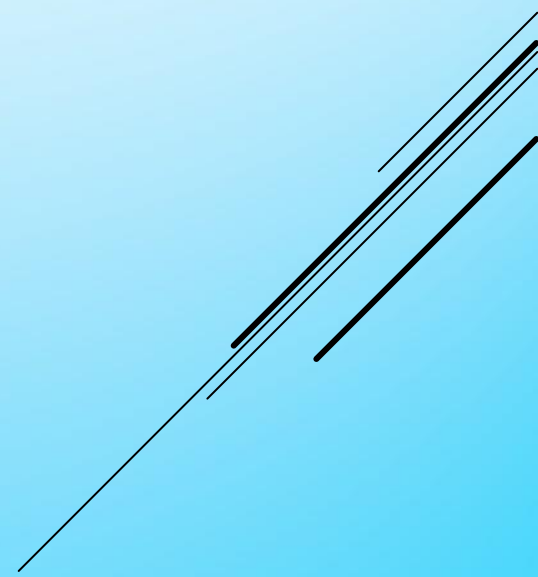


Care e potențialul meu client?

CERCETAREA PIETEI

► **De ce cercetăm?**

► **Cum cercetăm?**



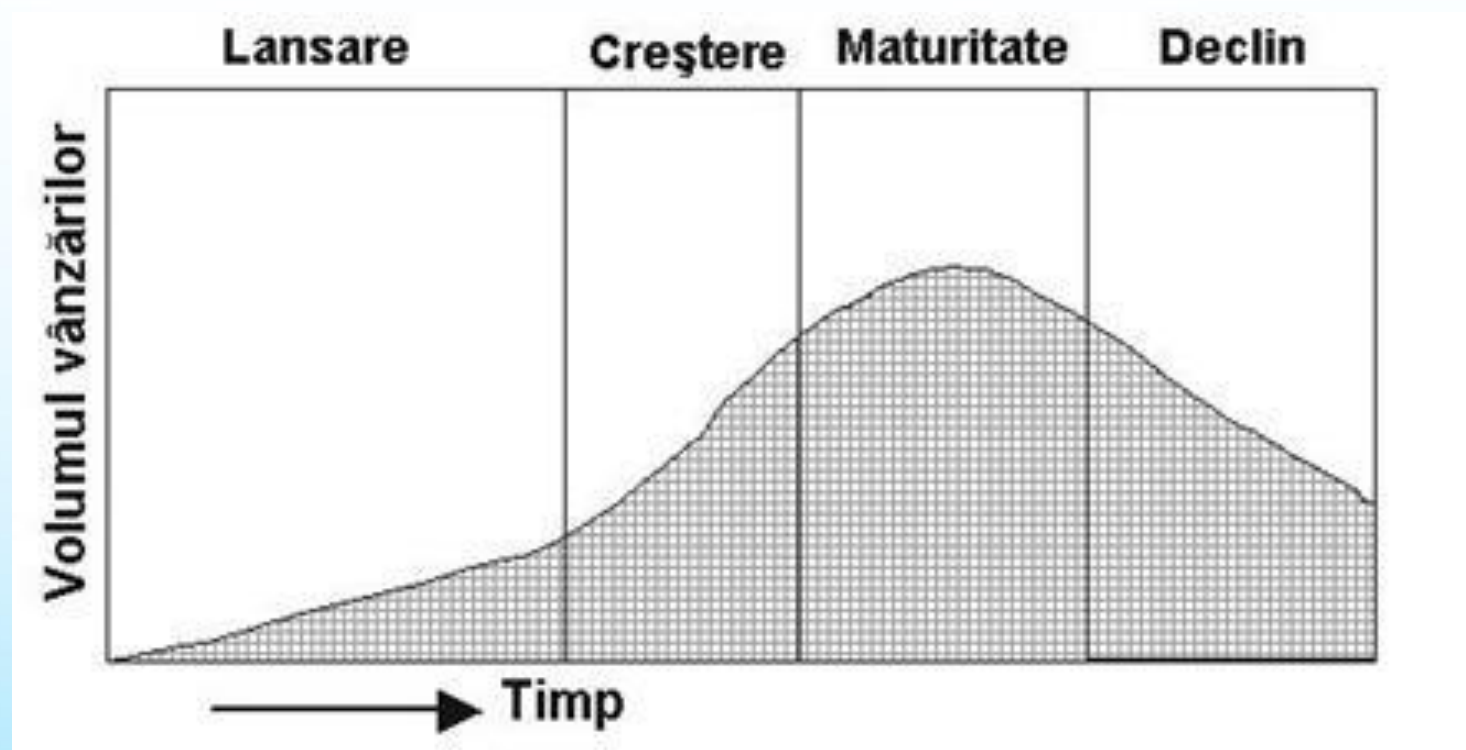
METODE DE OBTINERE A INFORMATIILOR:

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

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



**PRODUSUL ȘI
ASORTIMENTUL**



CICLUL DE VIATĂ AL PRODUSULUI

ASORTIMENTUL

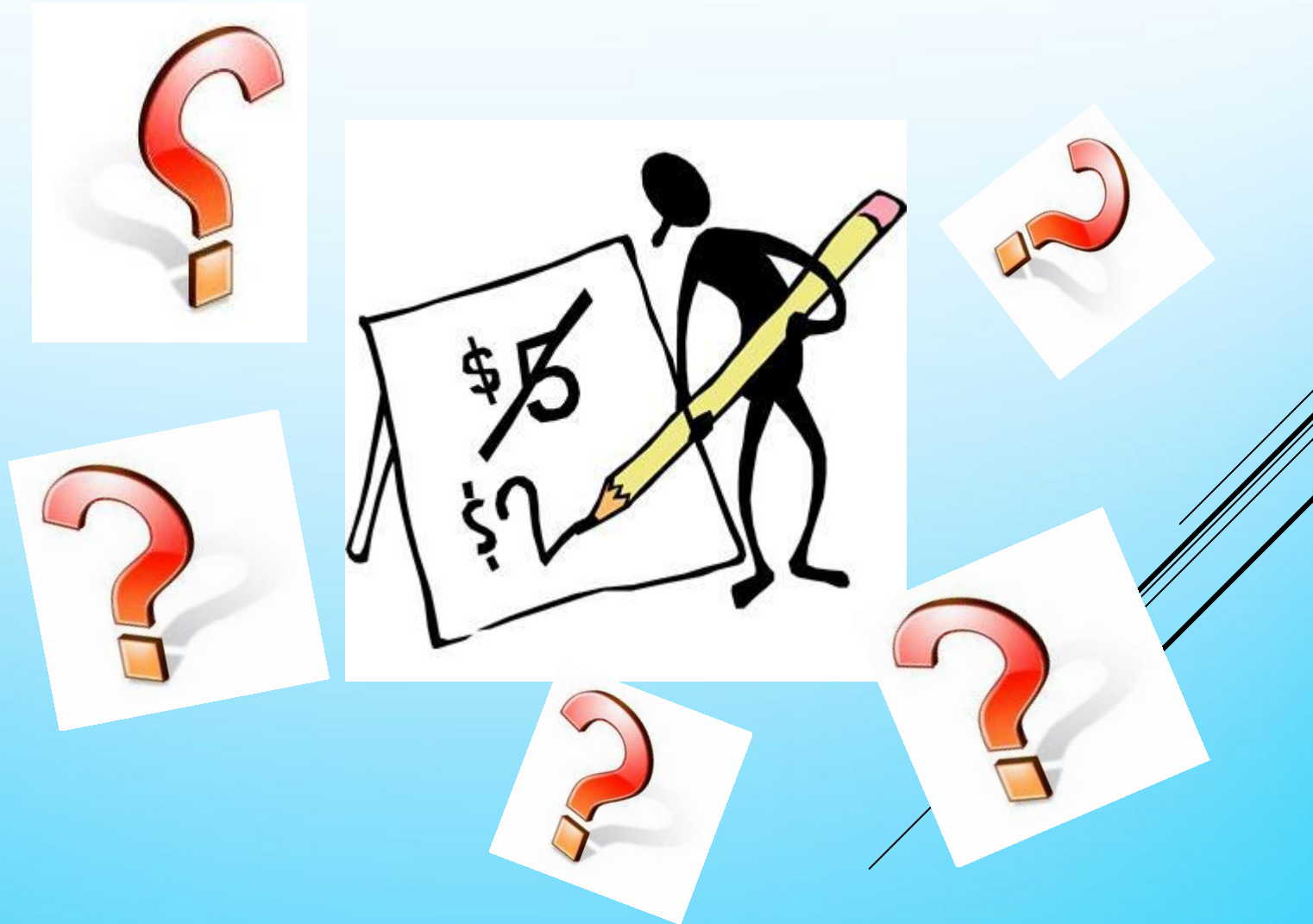
- ▶ Diversificarea orizontală
 - ▶ Diversificarea verticală
 - ▶ Diversificarea laterală
- 

FORMAREA PREȚURILOR

- ▶ metoda adaosului
- ▶ pe baza cererii
- ▶ pe baza concurenței

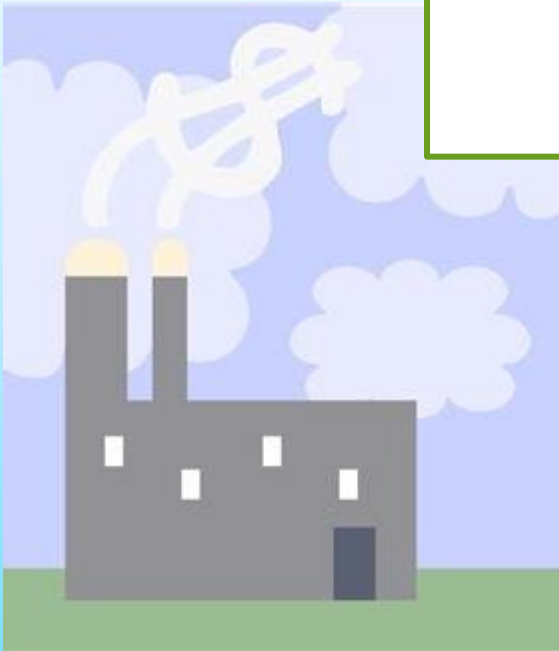


Strategii care pot influența nivelul prețurilor



DISTRIBUȚIA PRODUSULUI

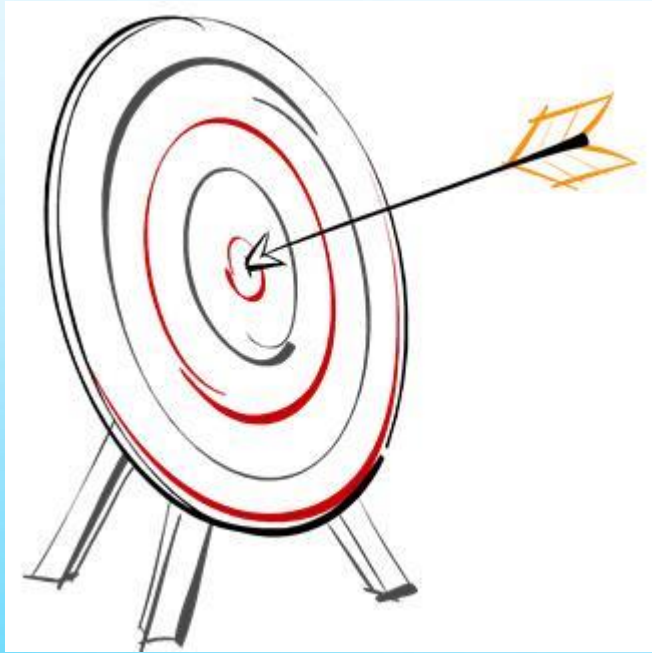
Face legătura între
producție și
consum



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

DIMENSIUNILE CD:





A

**Un mesaj clar
adresat
grupului-țintă**





CARE SÎNT CANALELE ȘI METODELE DE PROMOVARE?

