



Socijalno bankarstvo

**"Socijalno bankarstvo -
program za startape i
socijalna preduzeća"**

5. korak

da unapredite i
razvijete svoj biznis





U ovom poglavlju
objasnite:

1

Kanale prodaje

2

**Način komunikacije
sa kupcima**



Prodajni kanali

su organizovana mreža organizacija i institucija (posrednika) koje omogućavaju da vaši proizvodi/usluge efikasno stignu do i budu na raspolaganju krajnjim korisnicima.

Osnovna funkcija

učesnika u distribuciji je uklanjanje barijera u tokovima informacija, proizvoda, novca i podela rizika.

Kanali prodaje

direktni, indirektni (preko posrednika), fizička distribucija

maloprodaje, veleprodaje, sopstveni objekti, spoljni agenti, franšizing, poštom, call centrima, internetom

Za izbor kanala prodaje neophodne su informacije:

- Ko kupuje proizvode preduzeća
- Kada
- Kako
- Gde

Kanali prodaje se u vremenu mogu menjati u zavisnosti od potreba i promene želja potrošača (promena u dohotku, prenaseljenosti i sl.)

Faza izbora kanala prodaje



Faze

1

Definisati pokrivenost tržišta

- Za uska – ekskluzivna distribucija
- Za srednja - selektivna distribucija
- Za široka – intenzivna distribucija

2

Stepen kontrole

- Labav - nezavisni posrednici
- Čvrsti – kompletno vlasništvo nad kanalom

Faza izbora kanala prodaje



Faze

3

Definisati pokrivenost tržišta

- Male- nezavisni posrednici
- Srednje – postojanje teritorijalnih posrednika preduzeća
- Velike – potpuno vlasništvo nad kanalom

4

Marže

- (mala, srednja i velika)

5

Revidiranje plana distribucije u slučaju neadekvatne marže.

Izbor kanala
prodaje i
promocija



Marketinške komunikacije sa unapred definisanim auditorijumom

Klasično reklamiranje:

novine, tv, radio, publikacije, flajeri, vizit karte

Unapređenje prodaje:

lutrije, nagradne igre, pokloni, sajmovi, izložbe, demonstracije

Direktni marketing:

katalozi, pošta, elektronsko poslovanje, telemarketing, internet

Odnosi sa javnošću:

sponzorstva, članci o proizvodu, infolistovi, događaji

Prodajni podsticaju:

besplatni uzorci, kuponi



Definišite promotivni mix
*Koje kanale ćete koristiti; Koja je cena;
Koja je pokrivenost; Koja je frekvencija*



PROGRAM

Socijalno bankarstvo

je razvijen sa ciljem ekonomskog i socijalnog osnaživanja start-up firmi i socijalnih preduzeća, gde kroz različite pakete edukativne, finansijske i mentorske podrške Erste Banka u saradnji sa partnerima želi da vas ohrabri i podrži da pokrenete i / ili unapredite svoje biznise i svojim poslovanjem stvorite bolje radno i životno okruženje.

Želimo da svi zajedno budemo partneri na vašem putu uspeha i da zajednički stvaramo nove prilike i nova radna mesta!

OBRAZOVNI PROGRAM

su pripremile i sprovode ga organizacije



Business innovation programs

www.bips.no



Razvojni centar Kragujevac

rbcentar.org



EcoNomic Expert Community Association

www.eneca.org.rs

u saradnji sa



www.erstebank.rs



Socijalno bankarstvo