

RADNI LIST – Elementi marketinškog procesa

Analiziraj sljedeće primjere i zaključi o kojim se elementima marketinškog procesa radi.

Primjer 1:

Poslovna organizacija koja proizvodi dodatke prehrani za sportaše primjećuje rastući trend interesa za veganske proizvode. Analizom tržišnih podataka i prateći konkurenciju, dolazi do zaključka da postoji značajna tržišna prilika za lansiranje veganskog proteinskog praha.

Primjer 2:

Poslovna organizacija lansirala veganski proteinski prah na tržište i prati prodajne rezultate, povratne informacije potrošača i marketinške ključne pokazatelje uspješnosti. Redovito se provodi kontrola učinkovitosti kampanja i prilagodbe strategije kako bi se osigurali optimalni rezultati.

Primjer 3:

Poslovna organizacija kreira sljedeću kombinaciju marketinških elemenata:

- proizvod: veganski proteinski prah u nekoliko različitih okusa
- cijena: postavljena konkurentno u odnosu na druge premium veganske proizvode
- distribucija: dostupan u specijaliziranim trgovinama zdrave hrane, sportskim trgovinama i online platformama
- promocija: korištenje digitalnog marketinga, influencer marketinga, promocija na društvenim mrežama i korištenje uzoraka proizvoda na sportskim događajima.

Primjer 4:

Poslovna organizacija provodi anketiranje potencijalnih kupaca i metodu fokus grupa te analizira online recenzije. Cilj je razumjeti specifične potrebe i preferencije ciljne skupine, kao i identificirati ključne attribute proizvoda kao što su okus, nutritivne vrijednosti i cijena.

Primjer 5:

Poslovna organizacija određuje ciljnu skupinu (aktivni pojedinci starosti 18-35 godina, vegani i vegetarijanci), pozicionira proizvod kao visokokvalitetan i ukusan izvor proteina te definira glavnu poruku koja će se koristiti u komunikaciji ("Prirodno, ukusno i 100% vegansko").

U izradi radnog lista korištene su primjeri s mrežne stranice:

<https://www.studysmarter.co.uk/explanations/marketing/introduction-to-marketing/marketing-process/>