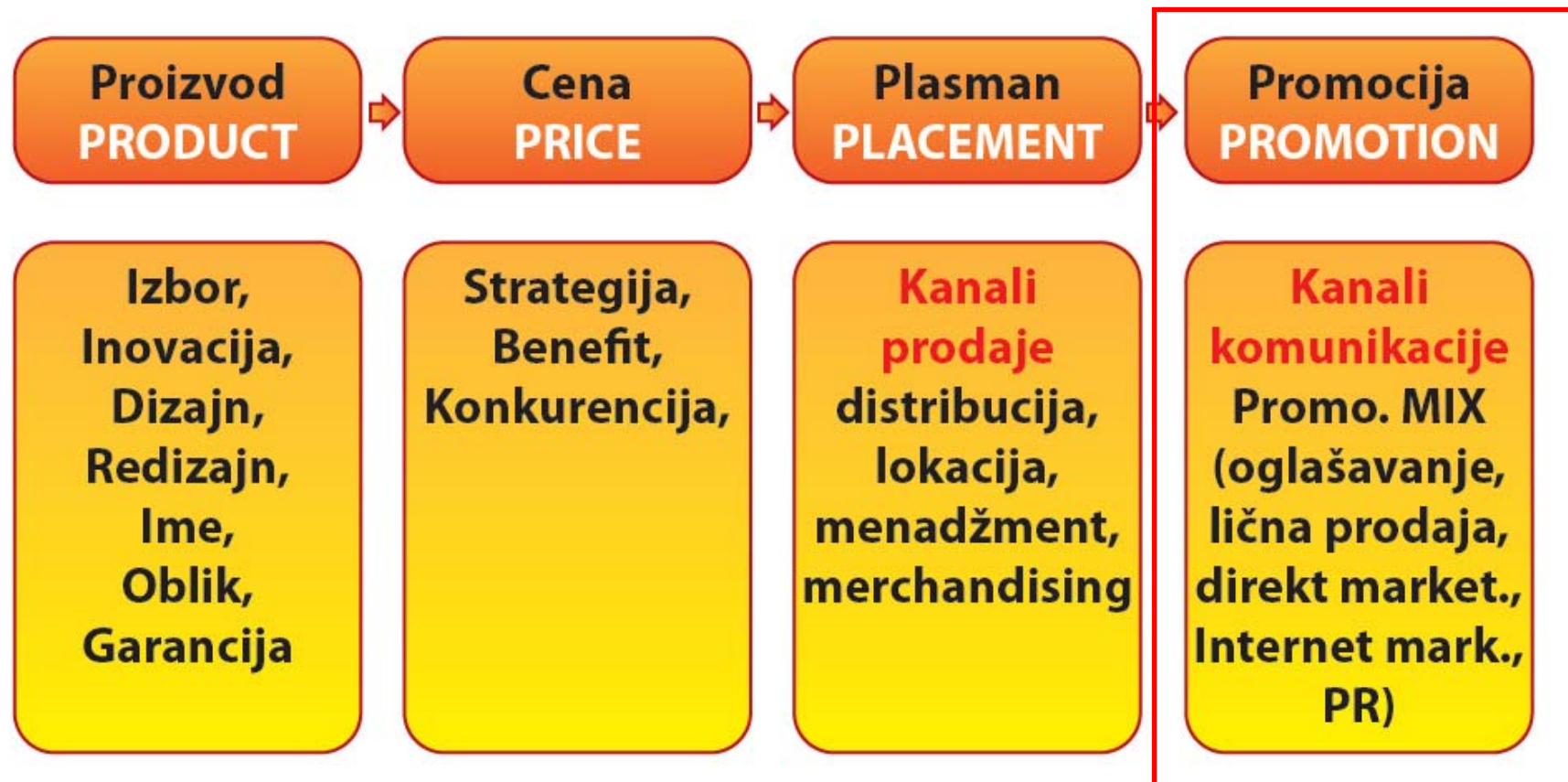


Kanali komunikacije

Marketing mix 4P



Cilj komunikacije?

Šta je cilj svake komunikacije?

Cilj komunikacije?

Prenošenje poruke!

Kakva poruka može biti?

Vrsta poruke

Obaveštenje o proizvodu/usluzi

(novi proizvod, novo pakovanje, nova funkcija proizvoda, nova zapremina proizvoda, nova vrsta usluge, novo mesto prodaje...)

Apel

(Očistimo Srbiju, Tolerancija ...)

Određivanje poruke

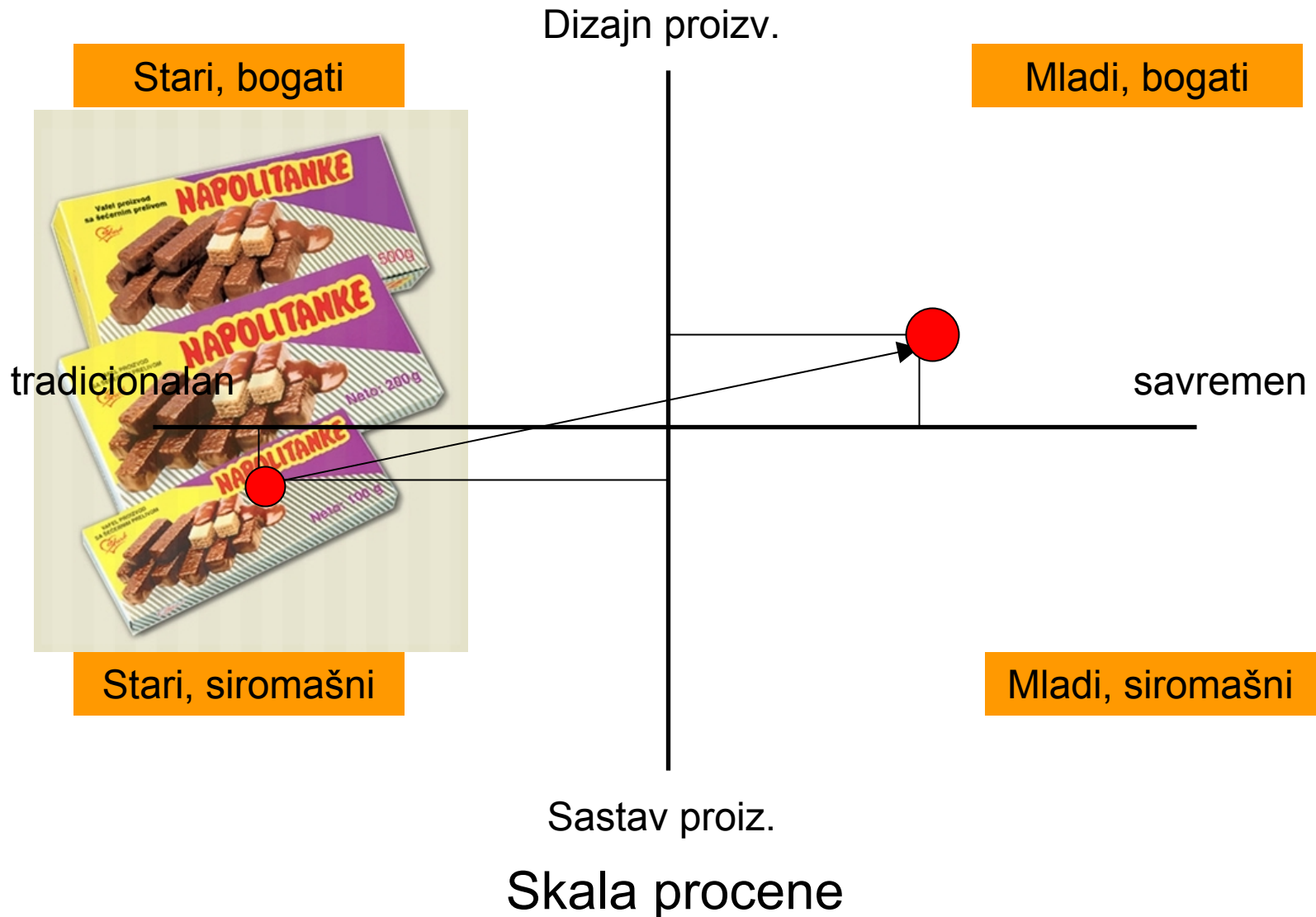
- Identifikovanje ciljne grupe (segmentacija tržišta)
- Postavljanje komunikacionih ciljeva (plasiranje, pozicioniranje, repozicioniranje, rejuvenation...)
- Kreiranje poruke
- Odabir promo miksa (strategije kampanje i kanala komunikacije)
- Određivanje budžeta

Segmentacija

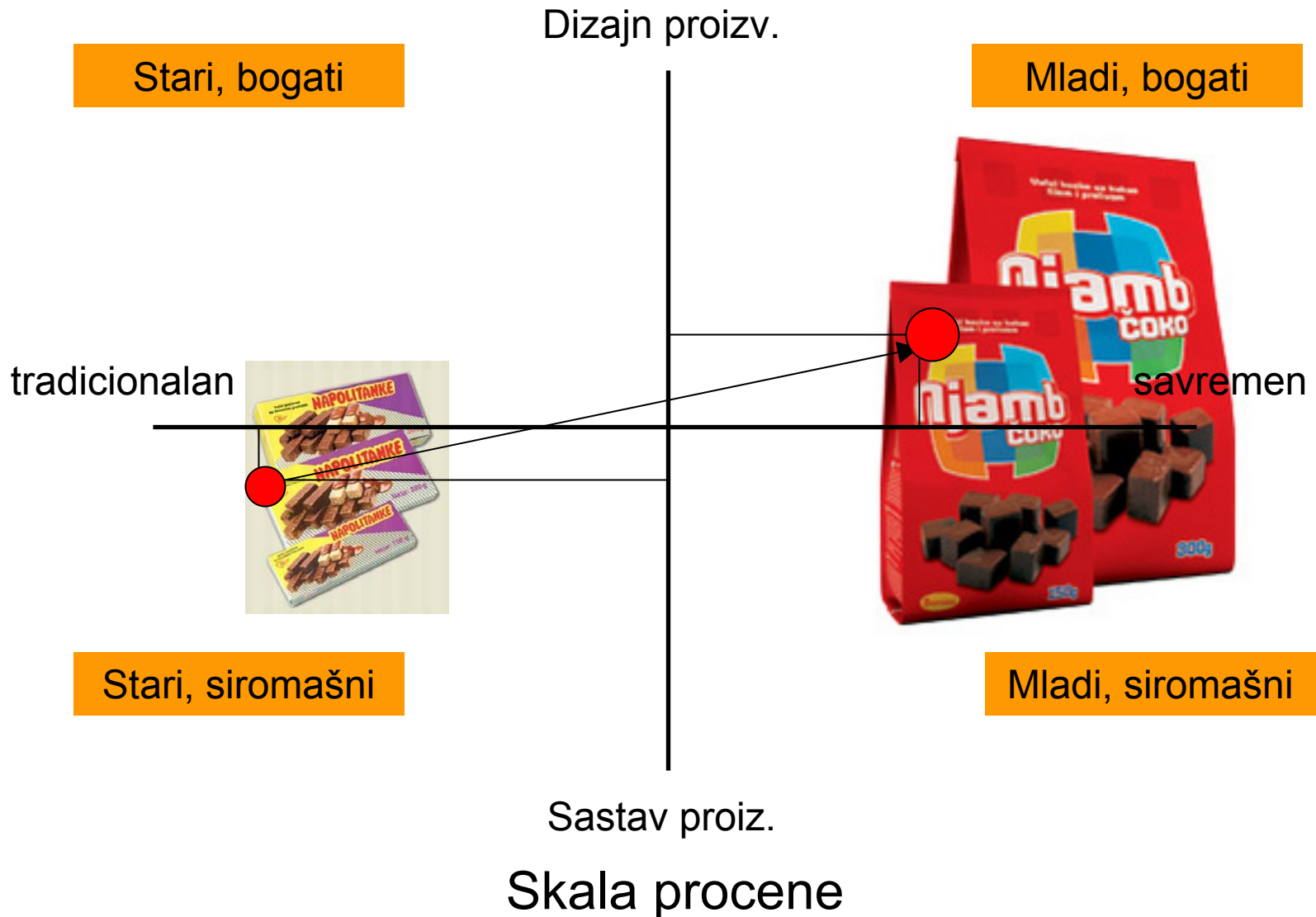
- Populacija?
Mladi ili stari
- Cena?
Bogati ili siromašni
- Tradicionalan
Ili savremen?
- Dobar ili loš
dizajn?



Pozicioniranje



Pozicioniranje



Određivanje poruke

- Elementi brenda
- Kome se obraća
- Benefiti
- Stil/trend



Metoda

SWOT analiza

S – strenghts – prednosti

W – weakness – slabosti

O – opportunities – prilika

T – threats - pretnje

Šta sve komuniciramo?

Imidž korporacije

Logo, font, boja, memorandum, brošure...

Proizvod / uslugu

Izgled (dizajn), Oblik, boja, miris... Lokacija,

Kanali komunikacije

Kanali komunikacije

Marketing kampanja:

- Oglašavanje,
- Unapređenje prodaje,
- Publicitet (PR)
- Sponzorstvo
- Direktni marketing
- Internet marketing
- Lična prodaja

Integrirana marketing komunikacija IMC

Integrirane marketing komunikacije predstavljaju **sistem** pomoću koga kompanije koordiniraju svoje marketing komunikacije da bi saopštile **jasnu, doslednu, uverljivu i konkurentnu poruku** o organizaciji i njenim proizvodima.

Integrirana marketing komunikacija IMC

U suštini, IMC je specifični zbir marketing aktivnost za svaku firmu, i služi konzistentnosti imidža brenda.

Integrirana marketing komunikacija

specifični zbir marketing aktivnost je

PROMO MIX

Ili Komunikacijski Miks

Kanali komunikacije

Above The Line

ATL

TTL

Trough The Line

BTL

Below The Line

Svi masovni mediji bez direktnog kontakta
sa kupcem

ATL

Televizija (reklama, teleshop, gostovanje, product placement, termin...)

Radio

Film/Bioskop

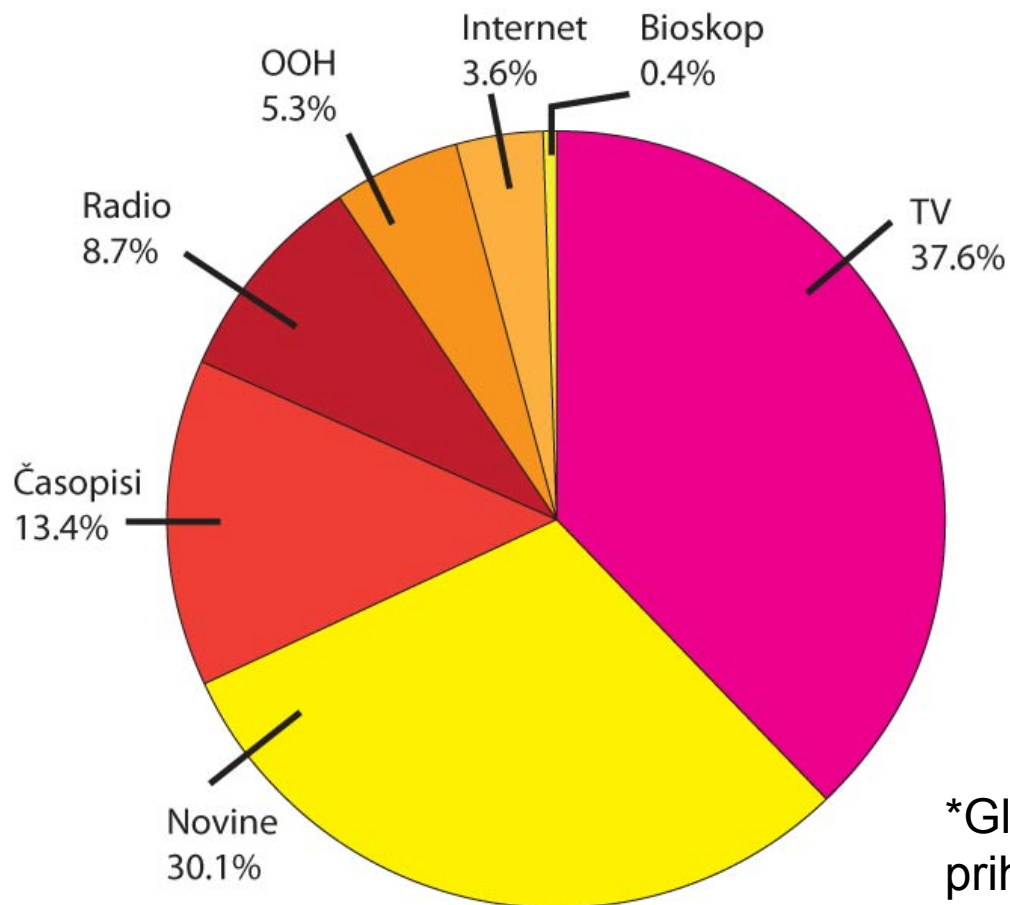
Internet (web-page, SPAM, search engine optimisation, pay-per-click, email, banner, blog, micro-blogging, RSS, podcast, Internet TV and Viral marketing)

**OOH, out of home- Bilbord/Plakat/Flayer/
Megaboard/ BUS in&out/ sandwichman...**

Dnevne novine + inserteri

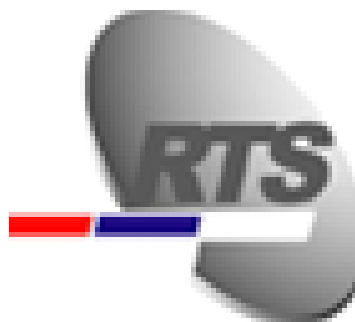
Časopisi

Oglašavanje



*Globalni udeo u prihodima od oglašavanja

ATL TV - stanice



ATL TV - emisije



ATL WEB – corporate site

[Srpski](#) | [English](#)

**BETA**

Vreme je za ljubav!

[Home](#) | [O kompaniji](#) | [Poslovanje](#) | [Brendovi](#) | [Media centar](#) | [Lifestyle](#) |





Poverenje.

U Grupi Droga Kolinska imamo poverenja jedni u druge.
Zato nam i nije teško da govorimo o greškama.
O njima govorimo pravovremeno i zajedničkim snagama ih popravljamo.

**NAJLEPŠE ŽELJE**
Najlepše je tak tako.

**DANANICA**
Jedina prava

**SMOKI**
Većito dete u meni

Brendovi i kampanje

Nagradna igra Čoko Smokija „Igrajte i Wii“

I ove jeseni, Čoko Smoki nastavlja sa originalnim kampanjama namenjenim prvenstveno tinejdžerima. Lansirali smo nagradnu igru u kojoj svakog dana

Vesti

"Najlepše želje" su "SLATKI SUVENIR BEOGRADA"

Mini čokolada "Najlepše želje" osvojila je titulu "Slatki suvenir Beograda" u kategoriji industrijske proizvodnje na prvom beogradskom "Sajmu slatkiša" koji je održan od 27. do 29. novembra u Sava centru. sponzorin je "Soko Štark" E 1

01
DEC

PITANJA I PREDLOZI

Call Centar 

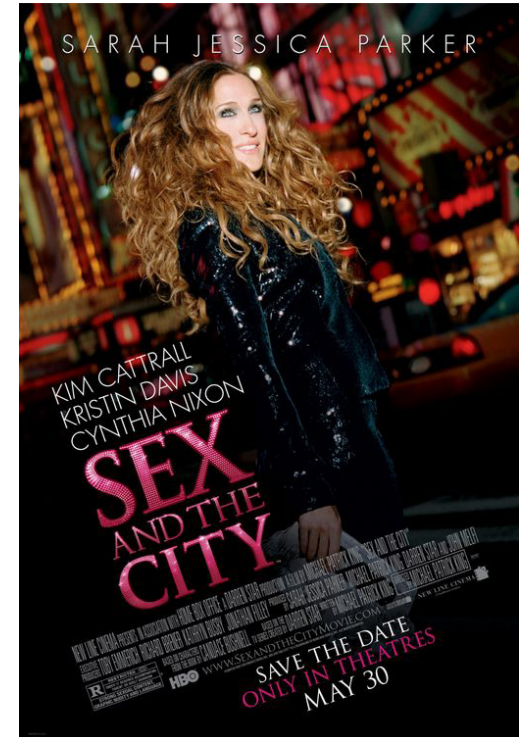
AD "Štark"

Kumodraška 249
11000 Beograd, Srbija
T. +381.11. 39.56.000
F. +381.11. 39.72.989
E. info@stark.rs

ATL WEB – social network



ATL – film



ATL – product placement



ATL – product placement

U sosu - "Mozzarella kolektiv "16. epizoda

★★★★★



ATL – product placement



ATL – product placement



Sva komunikacija van masovnih medija u direktnom kontaktu sa kupcem

Komunikacije na mestu prodaje (POS = Point of sale)

Oglašavanje na mestu prodaje

Promocije na mestu prodaje

Vidno označen proizvod (henger, wobler, data strip, posebne police, posebno mesto...)

Merchandising

HoReCa

Direktni marketing

Lična prodaja



BTL se ne odnosi samo na FMCG

Fast moving consumer goods (Roba široke potrošnje)

Banke, Auto saloni, Muzeji ...

TTL

TTL je komunikacijska forma gde se iz ATL-a poziva na aktivnost u BTL segmentu, ili obrnutno.

NPR: Na tv reklami se poziva kupac da prisustvuje događaju, degustaciji..

Ili, kroz BTL segment, npr. promociju, se poziva kupac da učestvuje u igrama na internet sajtu kompanije.

?

Tršić

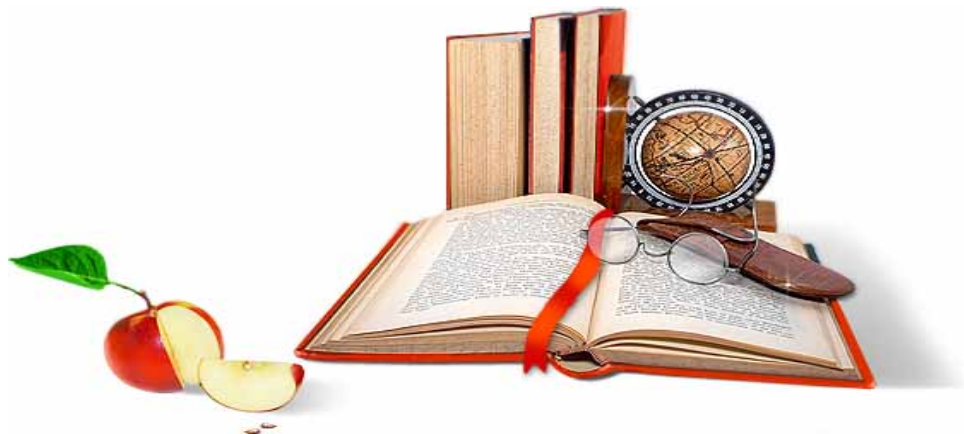


?



BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RAD.

**RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI
MATERIJALI.**



WWW.SEMINARSKIRAD.ORG

WWW.MATURSKIRADOVI.NET

WWW.MATURSKI.NET

WWW.SEMINARSKIRAD.INFO

WWW.MATURSKI.ORG

WWW.ESSAYSX.COM

WWW.FACEBOOK.COM/DIPLOMSKIRADOVI

NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO [SEMINARSKI](#), [DIPLOMSKI](#) ILI [MATURSKI](#) RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE [GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#) KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U [BAZI](#) NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU [IZRADA RADOVA](#). PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM [FORUMU](#) ILI NA MATURSKIRADOVI.NET@GMAIL.COM