

8.

Menaxhimi i Marketingut

Analiza e Tregjeve të Biznesit, Institucionale dhe Qeveritare. Sjelljet gjat Procesit të Blerjës.

TREGJET BIZNESORE ?

*** INDUSTRIA / PRODHUESIT**

*** NDËRMJETSUESIT**

*** FURNIZUESIT**

Konsumatorët Biznesor jan shfrytzuëst të cilët Produktet dhe Shërbimet i blejnë për Proces të metutejmë të Prodhimit dhe Shërbimit apo për shitje të mëtutjeshme.

8.

Menaxhimi i Marketingut

Analiza e Tregjeve të Biznesit

Tregjet BIZNESORE

VS

Konsumi i Gjërë

1. MOTIVET PËR BLERJE

2. DEMOGRAFIA

3. PROCESET E BLERJËS dhe MARRËDHËNJET

Menaxhimi i Marketingut

Konsumatorët Biznesor jan shfrytzuëst të cilët Produktet dhe Shërbimet i blejnë për Proces të metutejmë të Prodhimit dhe Shërbimit apo për shitje të mëtutjeshme.

KARAKTERISTIKAT

e

Konsumatorëve Biznesor

- * Numri i Blerësve më i Vogël**
- * Vlerat Monetare më të Mëdha**
- * Marrëdhënje të ngushta FURNITORË - BLERËS**
 - * Blerës Profesional**
- * Shumë ndikues në Vendimmarrje**
- * Tentime të Shumta të Shitësve**

Menaxhimi i Marketingut

Konsumatorët Biznesor jan shfrytzuëst të cilët Produktet dhe Shërbimet i blejnë për Proces të metutejmë të Prodhimit dhe Shërbimit apo për shitje të mëtutjeshme.

KARAKTERISTIKAT e Konsumatorëve Biznesor

- * *Kërkesa e derivuar nga Blerësit*
 - * *Kërkesa Joelastike*
 - * *Kërkesa është e Lulatshme*
- * *Blerësit gjeografikisht jan të Koncentruar*
 - * *Furnizime Direkte nga Prodhuesi*

Menaxhimi i Marketingut

Blerjet dhe Shitjet e Sistemeve

- 1. Sistemet e Ngrohjeve***
- 2. Sistemet e Minierave***
- 3. Hidrocetralat / Termocentralat***
- 4. Sistemet e Ujitjeve / Ujit të Pijës***
- 5. Sistem e Prodhimeve Industriale***
- 6. Komplet Qytete të Reja***

Blerësi e blenë tërë Sistemin nga një Shitës i Specializuar i cili i ka Nënkontraktuesit e vet.!

8.

Menaxhimi i Marketingut

Akterët në Qendrën Blerëse

Qendra Blerëse është Njësia e Organizatës ku merret Vendimi për Furnizim.



Menaxhimi i Marketingut

Akterët në Qendrën Blerëse

INICUESIT

Jan personat të cilët bëjnë kërkesën për Blerje. Ata mund të jenë Shfrytzuesit apo dikush tjetër i Autorizuar në Organizatë

SHFRYTZUESIT

Jan Ata të cilët do të Shfrytëzojnë Produktin e Blerë. Në shumë raste Shfrytzuesit jan Inicues të Blerjës dhe ndihmojnë në përcaktimin e Karakteristikave për produktin.

Menaxhimi i Marketingut

Akterët në Qendrën Blerëse

NDIKUESIT

Jan personat të cilët kanë Ndikim në Vendimmarrjen për Blerje. Personeli Teknik përshembull, japin Informata rreth Specifikave të Produktit dhe ata duhet të bëjnë Vlerësimin e Alternativave

VENDIMMARRËSI

Jan personat të cilët Vendosin për specifikat të cilat duhet të përmbush Produkti dhe Furnitori. Praktikisht keta e Zgjedhin Produktin dhe Furnitorin.

8.

Menaxhimi i Marketingut

Akterët në Qendrën Blerëse

AUTORIZUESI

*Jan personat të cilët i Autorizoin **Vendimmarrësit** apo Kryesin e Blerjës për të ndërmarrur Aktivitetet e nevojshme për të kryer Blerjën.*

KRYESI I BLERJËS

Jan personat të cilët e kanë Autorizimin Formal që të zgjedhin Furnitorin dhe të neegocojnë kushtet e Shitblerjes.

*Plus **GATEKEEPERS**, personat të cilët sigurohen për Ruajtjen nga rrjedhja e Informatave se kush janë Personat në Qendrën Blerëse të Firmës dhe Kontaktimi i Paautorizuar me këta persona.*

Menaxhimi i Marketingut

Përbërja e Qendrës Blerëse

1. Inxhinjerët
2. Personeli nga Prodhimi
3. Financieri
4. Personeli Furnizues
5. Personeli i Marketingut
6. Zyrtari për Siguri në punë etj.

Detyra e Menaxherit të Marketingut është që të ketë sa më shumë informata për Ndikuesit më të mëdhenjë në Qendrën Blerëse !

Menaxhimi i Marketingut

Llojet e Konsumatorëve Biznesor !

- 1. Konsumatorë ekskluzivisht të Orientuar nga Çmimi***
- 2. Konsumatorë të Orientuar nga Zgjidhja e Problemit***
- 3. Konsumatorë të Standardit të Artë***
- 4. Konsumatorë me Vlerë Strategjike***

Menaxhimi i Marketingut

Orientimet Blerëse të Bizneseve ! (Departamenti i Blerjeve)

- 1. Orientimi në Blerje : gjej Shitësin më të Lirë të Kualitetit të Pranueshëm***
- 2. Orientimi në Prokurim : rregulla standarde të cilat kërkojnë përmisime sistematike të cilësisë dhe redukime të Kostove***
- 3. Orientimi në Menaxhimin e Zinxhirit të Furnizimeve : Konsumatorë me Vlerë Strategjike. Rritja Permanente e Vlerave gjat gjithë Zinxh.operacional***

Menaxhimi i Marketingut

Situatat Blerëse

- 1. Riblerje e Drejtëpërdrejtë :** *Produkte të dëshmuara nga Furnitorë Besnik*
- 2. Riblerje e modifikuar :** *Kërkimi për Produkt më të mirë , çmim tjetër apo Furnizues tjetër*
- 3. Blerje Komplet e Re :** *Kërkesa për Produkt komplet të Ri*

Menaxhimi i Marketingut

Orientimet Blerëse të Bizneseve ! (Departamenti i Blerjeve)

- 1. Produkt Rutinë: Vlerë & Kosto e Ulët – Risk i Ulët***
- 2. Produkt Mesatarë : Vlerë & Kosto relativisht të Lartë për Konsumatorin – Risku i Vogël për Furnizim***
- 3. Produkt Strategjikë : Vlerë dhe Kosto e Lartë – Risk i Lartë për Furnizim***
- 4. Produkte Emergjente : Vlerë dhe Kosto e Ulët – Risk i Moderuar***

8.

Menaxhimi i Marketingut **Procesi i Vendimmarjës për Blerje**

1. Identifikimi i PROBLEMIT / Paraqitja e Nevojës

2. Përshkrimi i Përgjithshëm i Nevojës

3. SPECIFIKIMI I PRODUKTIT

4. Hulumtimi i Furnitorëve

5. VLERËSIMI I PROPOZIMEVE

6. ZGJEDHJA E FURNITORIT

7. SPECIFIKIMI I KUSHTEVE TË SHITBLERJËS

8. VLERËSIMI I PERFORMANCËS

8.

Menaxhimi i Marketingut

Menaxhimi i Marrëdhajeve Biznes-Biznes B2B

◦ *Koordinimi Vertikal Biznes-Biznes B2B*



A) Aleancat Strategjike ?

- a) Furnitor i Rëndësishëm*
- b) Furnitorë ka pak*
- c) Prokurim i Komplicuar*

8.

Menaxhimi i Marketingut

Menaxhimi i Marrëdhajeve Biznes-Biznes B2B

◦ *Koordinimi Vertikal Biznes-Biznes B2B*



A) B2B dhe e-Biznesi

e – Biznesi : Përbëhet nga të gjitha format elektronike të shkëmbimit të Informatave Brenda Kompanisë dhe Bizneseve ndërmjet vedi.

e – Biznesi / e- Market Space = 1 Trilion Dollar Transakcione Brenda një vit!!!

8.

Menaxhimi i Marketingut

Menaxhimi i Marrëdhajeve Biznes-Biznes B2B

Domenat e e-Marketingut

Caku Konsumatori

Caku Biznesi

**Inicuar nga
Biznesi**

B2C

(Biznes- Konsumator)

B2B

(Biznes – Biznes)

**Inicuar nga
Konsumatori**

C2C

(Konsumator. – Konsumator)

C2B

(Konsumator – Biznes)

Viti 2005 = 4,3 Trilion dollar Transakcione

Viti 2014 = 1,2 trilion dollar në SHBA

Menaxhimi i Marketingut

Tregjet Institucionale dhe Qeveritare

- *Shkollat*
- *Spitalet*
- *Burgjet*
- *Shtëpitë rehabilituese*
- *Komunat*
- *Ministritë*

Menaxhimi i Marketingut

Tregjet Institucionale dhe Qeveritare

- 1. Procedura Komplekse*
- 2. Shumë Dokumentacione*
- 3. Favorizimi i Furnitorëve Vendor*
- 4. Favorizimet Partiake*
- 5. KORRUPCIONI*
- 6. Konsumatorët më të Mëdhenjë*

Detyra e Menaxherit të Marketingut ?

8.

Menaxhimi i Marketingut

PYETJE

?