

Strategji Marketingu

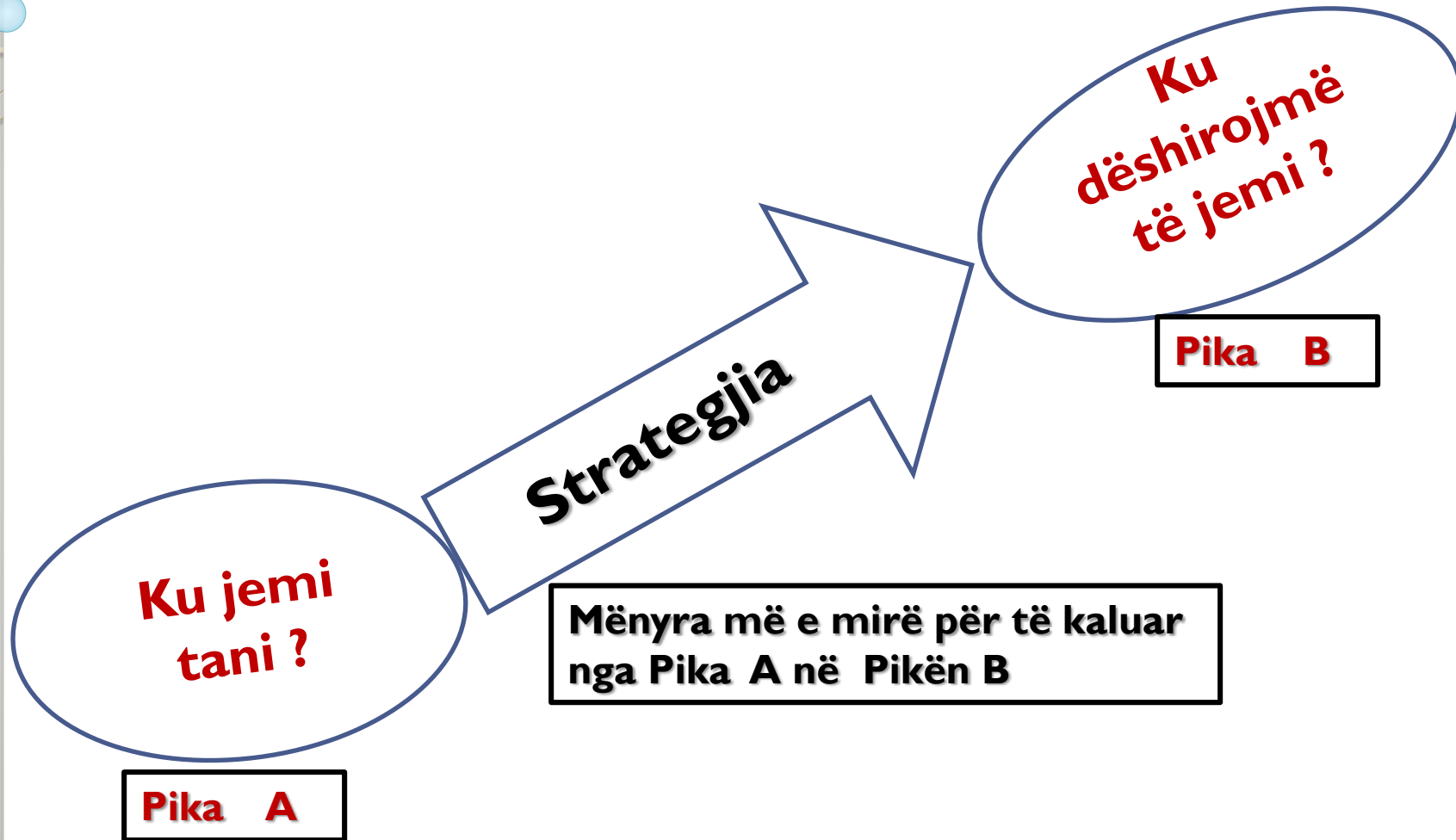
Hyrje në Strategji Marketingu.

Çka është Strategjia ?

I.

Strategji Marketingu

Çka kuptoni me Strategji ?



Strategji Marketingu

Strategjia - kuptimi

Stratos = armatë; agos = udhëheqës

Strategjia - rrugë për të realizuar qëllimet

Strategjia - plan aktivitetesh

**Strategjia – grumbull aktivitetesh për të gjetur rrugën
më të mirë drejt realizimit të qëllimeve**

Strategji Marketingu

Procesi i Planifikimit Strategjik

1. Ku ndodhemi?

Analiza e situatës

2. Ku duam të arrijmë?

Misioni dhe Parimet

Vizioni

Synimet dhe Qellimet Strategjike

3. Si mund të arrijmë në pikën që duam të jemi?

Aktivitetet, Projektet dhe Buxheti

4. Si mund ta ndjekim dhe ta vleresojmë suksesin?

Matja e performances dhe vleresimeve

Strategji Marketingu

- **Strategjia është seri e aktiviteteve për të arritur Objektivat afatgjata.**
- ***Strategjia është art i koordinimit të resurseve për të arritur Objektivat e përcaktuara nga Korporata***
- **Strategjia është mjeshtri, shkathhtësi e veqantë me përmasa Shkencore, e cila merret me shfrytëzimin e mënyrave, modeleve, dhe mjeteve për të arritur deri te Objektivi (Qëllimi)**

I.

Strategji Marketingu

Orientimet e Biznesit të Ndërmarrjes



Strategji Marketingu

Hyrje në Strategji Marketingu.

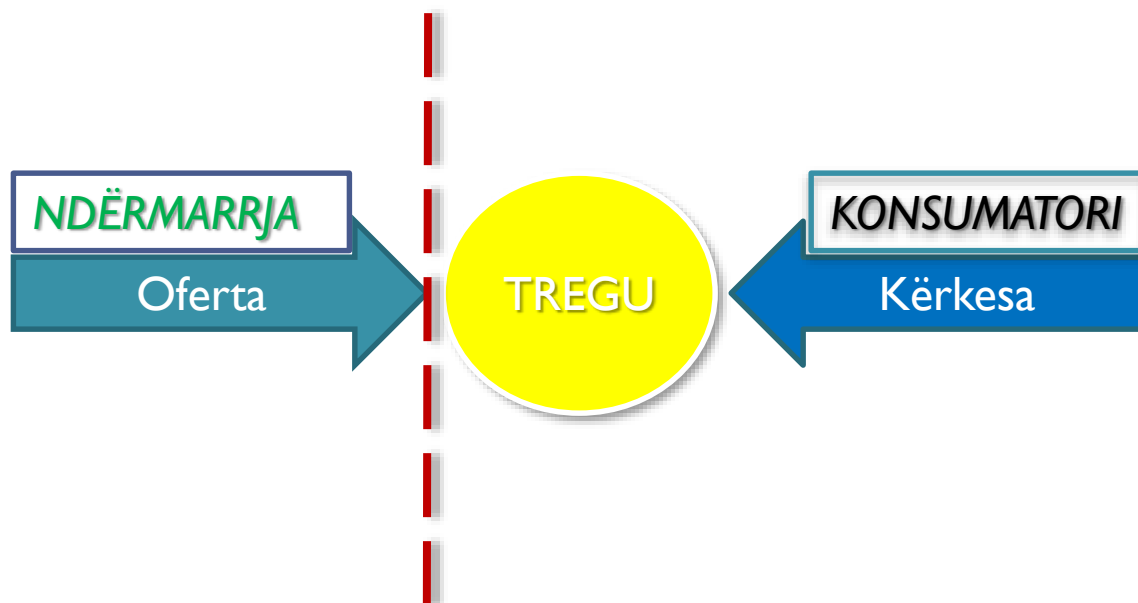
- Nëse keni Strategji sikurse Konkurenca, atëherë ju **nuk keni Strategji.**
- Nëse keni Strategji të ndryshme nga Konkurenca, por e cila mund të kopjohet lehtë, atëherë ju keni **Strategji të dobët.**
- Nëse keni Strategji unike e cila dallon nga konkurenca dhe është e vështirë të kopjohet, ju keni **Strategji të fortë dhe të qëndrueshme.**

Strategji Marketingu

- **Për të pasur Strategji të mirë dhe të qëndrueshme Biznesi duhet të jetë i orientuar nga Tregu !**

Strategji Marketingu

Çka është TREGU ?



TREGU është tërësia e Konsumatorëve aktual dhe Potencial.

TREGU është shprehje e vullnetit, gadishmerisë dhe e aftësisë blerëse e palëve të interesuara për Transakcion të Produkteve dhe shërbimeve për përmbushjen e nevojave vetanake.

Strategji Marketingu

Llojet e Tregjeve

Tregu Lokal

Tregu Rajonal

Tregu Kombëtar

Tregu Ndërkombëtar

Tregu Ballkanik

Tregu European

Tregu Aziatik etj.

Strategji Marketingu

Llojet e Tregjeve

Tregu Produkteve

Tregu Shërbimeve

Tregu i Paluajtshmërive

Tregu i Kapitalit etj.

Tregu i Produkteve

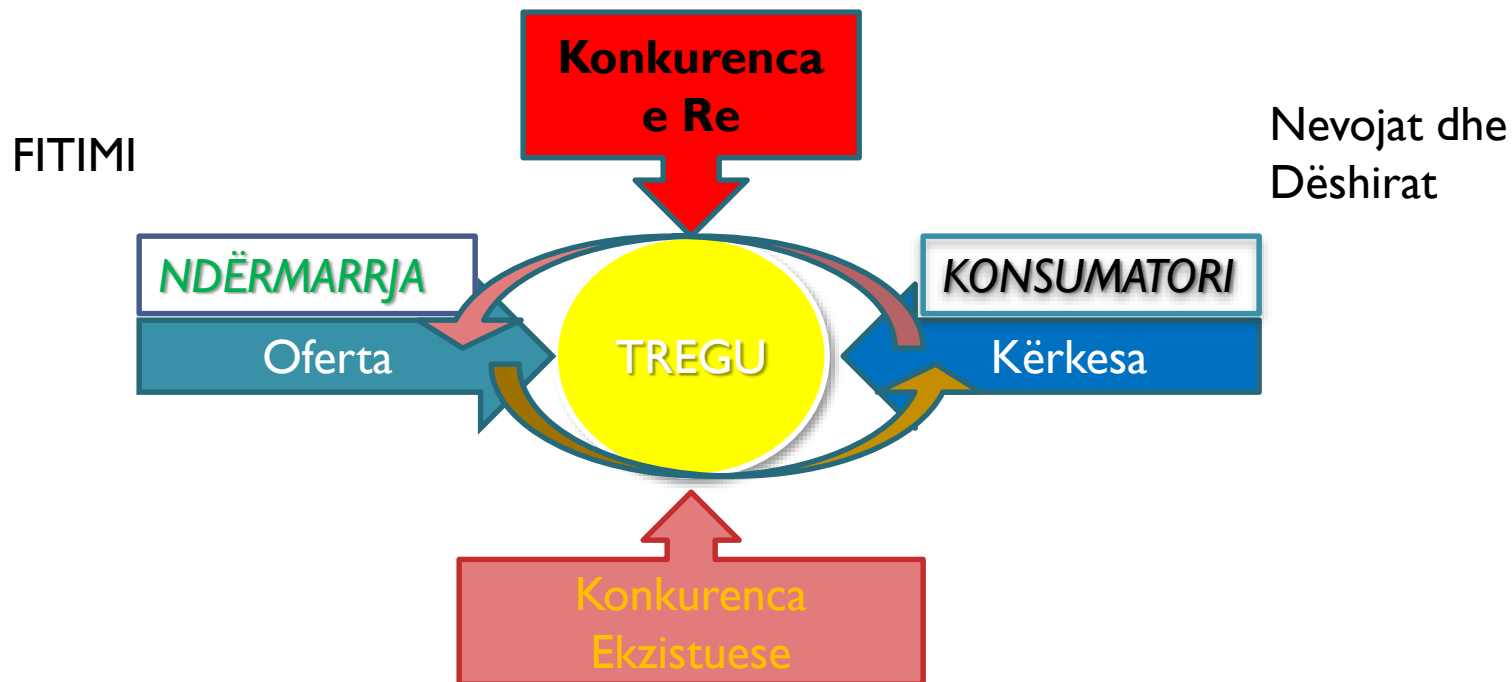
1. Tregu Konsumit të Gjërë

2. Tregu Industrial

3. Tregu Institucional

Strategji Marketingu

Çka kuptojmë me Strategji të Orientuar nga Tregu?



Kompanitë do të përvetësojnë Strategjinë e Orientuar nga Tregu (SOT) sipas llogjikës se të gjitha vendimet Strategjike të Biznesit bazohen në njohuritë e karta për Tregjet, Konsumatorët dhe Konkurentët ! (Cravens & Piercy, 2003)

Strategji Marketingu

Orientimet e Biznesit të Ndërmarrjes

Orientimi në
MARKETING

- Konsumatori në Fokus
- Nevojat e Konsumatorit
- Hulumtime të Tregut
- Qasje unike e Ndërmarrjes
- Raporte afatgjata me Konsumatorët

“Orientimi në Marketing është perspektivë Biznesore e cila pikë FOKUSIMI të të gjitha aktiviteteve të Kompanisë e ka KONSUMATORIN.” (Cravens dhe Piercy, 2003 , Strategic Marketing, 7th ed.)

Strategji Marketingu

° Në cilat **PARIME** mbështetet Marketingu ?

Kënaqja sa më e plotë e Nevojave të **KONSUMATORËVE**

Kërkimet e duhura në TREG , për produktin , çmimin, distribuimin dhe promocionin për përmbushjen e nevojave të tregut

Aktiviteti i Biznesit drejtuar nga **KONSUMATORI** të jetë nën kontrollin e Marketingut

Nga plotësimi i nevojave të Konsumatorëve, të realizoj shitje stabile dhe profit

Krijimi i raporteve afatgjata me Konsumatorin

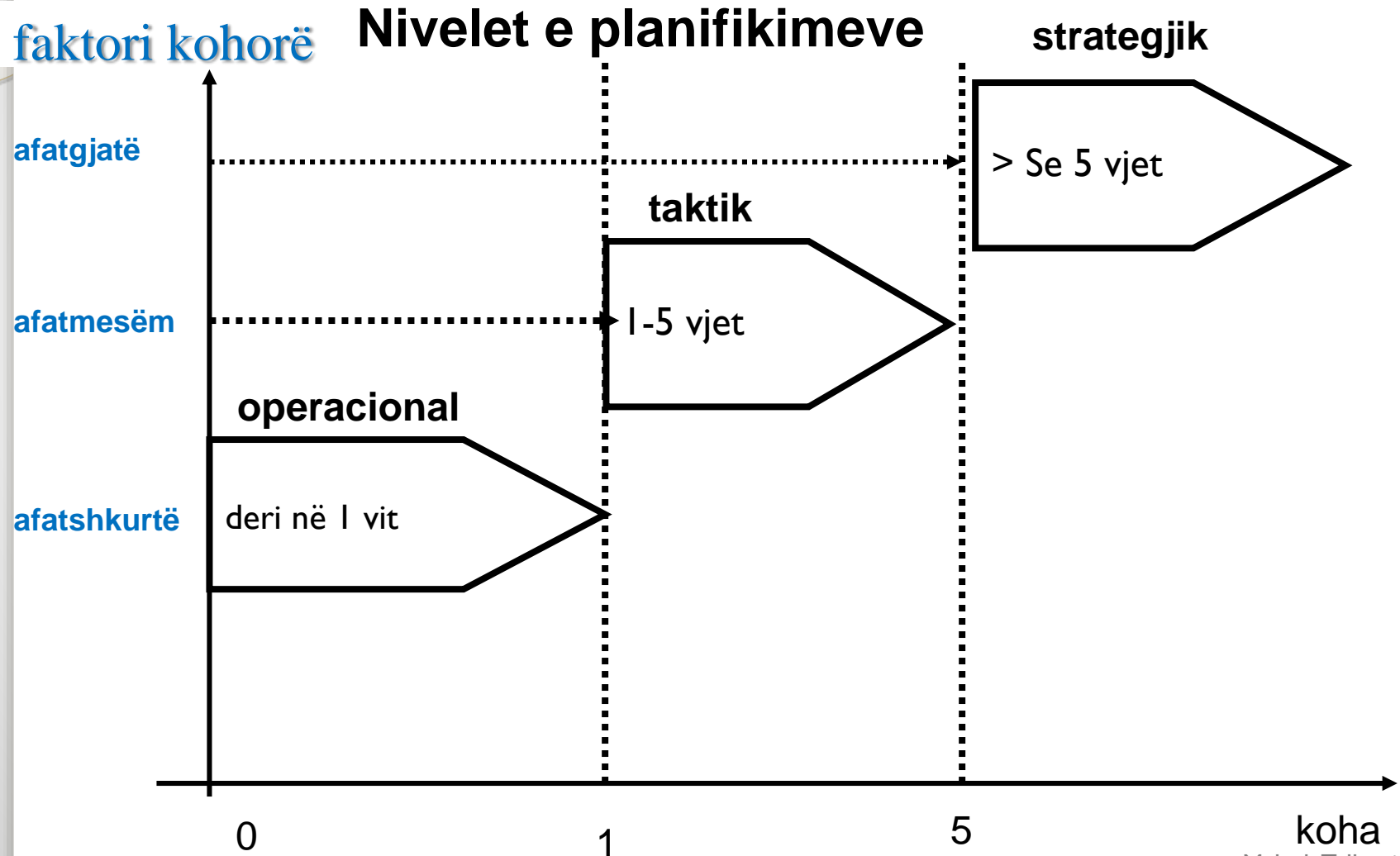
Strategji Marketingu

Planifikimi i Marketingut

Plani i Marketingut është Dokument i detalizuar në të cilin paraqiten : Gjendja aktuale, Qëllimet (Objektivat) e Ndërmarrjes, *Strategjia e Marketingut*, Programet e aktiviteteve, Buxheti dhe Kontrolla. (Gary Armstrong and Philip Kotler,2005)

I.

Strategji Marketingu



Strategji Marketingu

Planifikimi operacional, taktik, dhe strategjik

➤ Planifikimi Operacional

- Cili është plani operues më optimal (lidhur me lëndët e para, inventarin, shpërndarjen etj) për të arritur objektivat?
- Cili është plani më i mirë operues në të cilin do të mbështeten planet e prodhimit dhe shpërndarjes?

Strategji Marketingu

Planifikimi operacional, taktik, dhe strategjik

➤ Planifikimi taktik:

- Cilat janë variantet më optimale të investimeve për zbatimin e planit ?
 - Çfarë vendimesh rreth vendosjes së paisjeve, zgjerimit apo shkurtimit do të maksimizonin fitimet?
- Cilat produkte duhet të shtohen apo pakësohen?
 - Cili është çmimi më optimal i produktit?
- Taktikat Promovuese, Kanalet, Vlerat e Produktit , Shërbimet ndaj konsumatorëve

Strategji Marketingu

Planifikimi operacional, taktik, dhe strategjik

Planifikimi Strategjik është Proces me anën e të cilit anëtarët e një Organizate e parashikojnë të ardhmen dhe hartojnë procedurat dhe operacionet për arritjen e qëllimeve të tyre.

➤ Planifikimi strategjik

- Në çfarë biznesesh do të jetë firma?
- Cili është Vizioni, Misioni dhe Objektivat ?
 - Cili është Tregu cak dhe Pozicionimi
 - Si do të finanohet?
- Si do të shpërndahen burimet e firmës midis bizneseve dhe sektorëve të saj?

Strategji Marketingu

Vendimmarrjet Strategjike

Kan të bëjë me :

- 1. Orientimet Afatgjata të Kompanisë***
- 2. Fushëveprimin e Aktiviteteve të Kompanisë***
- 3. Krijimin e Përparësive Konkuruese***
- 4. Parashikimin dhe Identifikimin e ndryshimeve në Ambientin Biznesor***
- 5. Mbështetjen në Resurse dhe Kompetenca***
- 6. Vlerat dhe Pritjet e Përfituesëve (Stakeholders)***

Strategji Marketingu

Vendimmarrjet Strategjike

Do të :

- 1. Jenë Komplekse përnga Natyra***
- 2. Jenë të krijuara në situata të pasigurive***
- 3. Ndikojnë në Vendimet Operacionale***
- 4. Kërkojnë qasje Integruese si nga Brenda ashtu edhe nga Jasht Kompanisë.***
- 5. Inkorporojnë Ndryshime të Konsiderueshme***

Strategji Marketingu

Vendimmarrjet Strategjike

Menaxheri : Merret me funksionet e tij të përditshe në realizimin e një detyre (*Funkcion Operacional*)

Menaxheri Strategjik : Merret me qështjet komplekse, të ndryshueshme dhe pasiguritë në *Rrethinën Biznesore*

Menaxhmenti Strategjik : ka të bëjë me të kuptuarit e Pozitës Strategjike të Organizatës, marrja e vendimeve Strategjike për të arrdhmën dhe Transformimin e Strategjisë në Aktivitete.

Strategji Marketingu

Nivelet e strategjisë



- **Vendime Strategjike**

- **Vendime Taktike**

- **Vendime Operative**

Strategji Marketingu

Nivelet e strategjisë



I.

Strategji Marketingu

Planifikimi Strategjik i Marketingut

Planifikimi i marketingut sipas niveleve :

Në nivelin e Kompanisë

Në njësi të pavarura Biznesore(SBU) dhe

Në nivel të funksionit të marketingut

Strategji Marketingu

• **Njësia Biznesore Strategjike** (*Strategic Business Unit/ SBU*)
i ka tri karakteristika :

1. Është një Biznes i vetëm ose tërësi e Bizneseve të ngjajshme të cilat mund të planifikojnë në mënyrë të pavarur nga pjesa tjetër e Kompanisë.

2. I ka Konkurentët e veçantë

3. E ka Menaxherin e vet i cili është përgjegjës për Planifikimin Strategjik dhe për funksionet tjera menaxheriale.

Strategji Marketingu

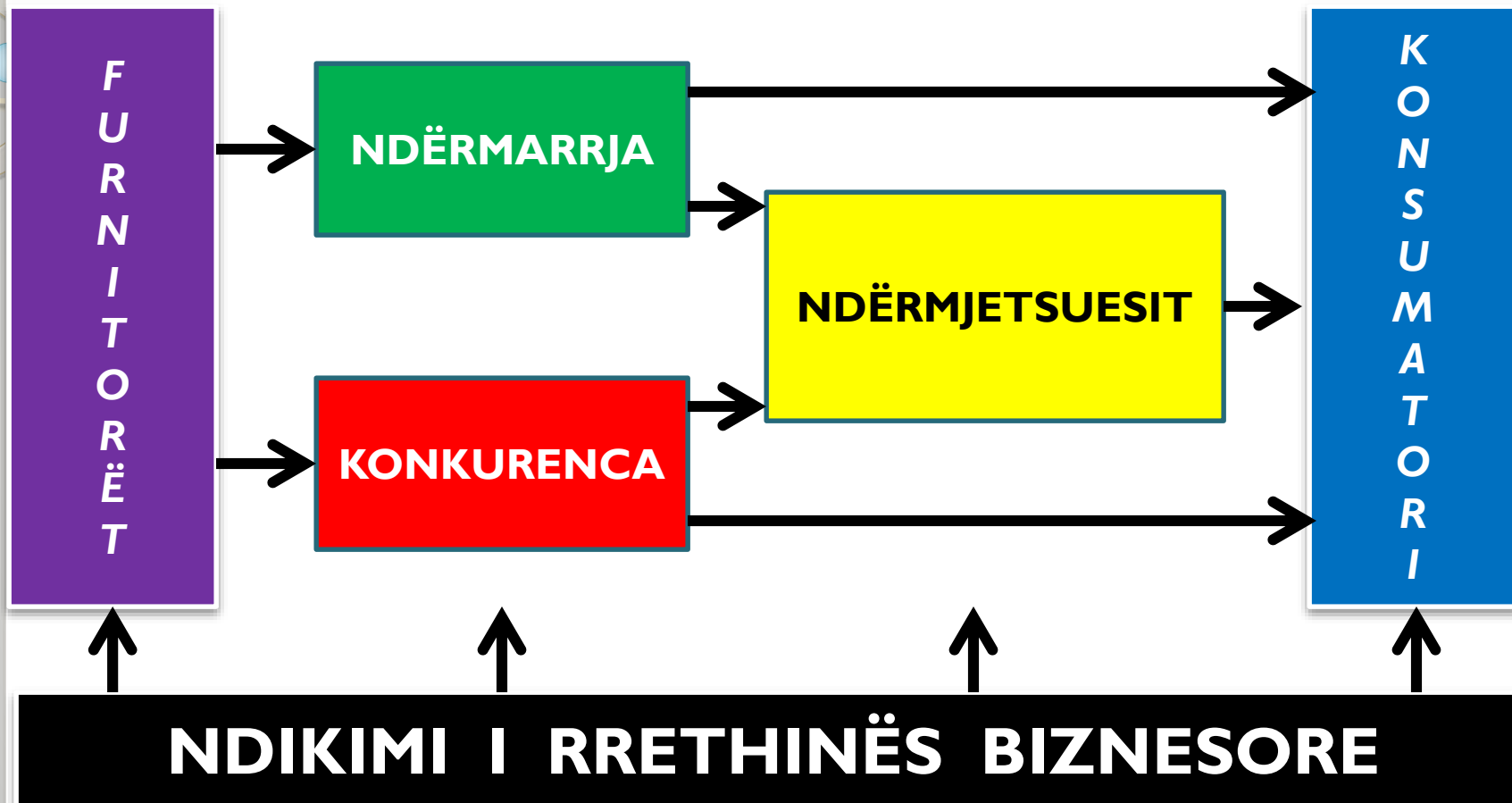
Objektivat e Strategjike të Marketingut

- * ***Sigurimi i ekzistencës stabile në treg***
- * ***Shtimi i vëllimit të shitjes nëpër tregjet ekzistuese dhe në ato potenciale***
- * ***Krijimi/veprimi në tregjet e reja***
- * ***Shtimi i imixhit të markave të produkteve***
- * ***Shtimi i kërkesës***
- * ***Shtimi dhe ruajtjes së lojalitetit të konsumatorëve etj.***

I.

Strategji Marketingu

Elementet e Sistemit Modern të Marketingut



Marketingu Strategjik është proces i Orientuar nga Tregu i cili me rastin e Përpilimit të Strategjisë ka në konsideratë ndryshimin Permanent të rrethinës Biznesore.

Strategji Marketingu

Marketingu Strategjik është proces i realizimit të Objektivave afatgjata të Ndërmarrjes.

1. Misioni dhe Vizioni i Ndërmarrjes

2. Vendosja e objektivave

3. Marketingu Mix

4. Çëndrimi sa ma i gjatë në treg

5. Shfrytzimi i Shansave dhe adaptimi në Rrethinën Biznesore

6. Gjetja e Tregjeve të reja

7. Portfolio e Produkteve

8. Partneritetet

Strategji Marketingu

Marketingu Strategjik është proces i realizimit të Objektivave afatgjata të Ndërmarrjes.

1. **Marketingu Menaxherial** merret me krijimin e Marketingut MIX për grupet e synuara të Konsumatorëve
2. **Marketingu Strategjik** Segmentet e Konsumatorëve krijohen për të identifikuar grupet të cilat i japin Organizatës Përparësi të qëndrueshme Ekonomike në raport me **Konkurrencën**.
1. **Plani i Marketingut** merret me përshkrimin e Tregut Cak dhe Marketingun mix për ti shërbyer këta konsumatorë
2. **Plani i Marketingut Strategjik** ka të bëjë me të gjitha aspektet e Strategjisë së Organizatës, Tregut dhe Ambientit Biznesor.

I.

Strategji Marketingu

PYETJE

?