

# Strategji Marketingu

Strategjia e Marketingut MIX

Strategjia e Produktit

## 1. PRODUKTI

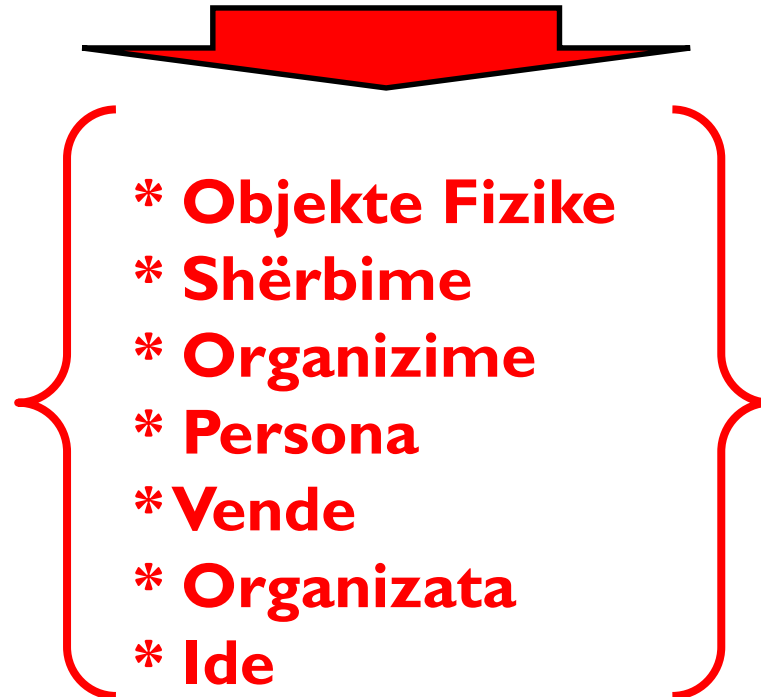


# Strategji Marketingu

## 1. PRODUKTI

- **“PRODUKTI është çdo gjë që mund ti ofrohet Tregut e që provokon vëmendjen, furnizimin, përdorimin ose konsumin me qëllim të përmbushjes së ndonjë nevoje apo dëshire” (Philip Kotler).**

### PRODUKTI



# Strategji Marketingu

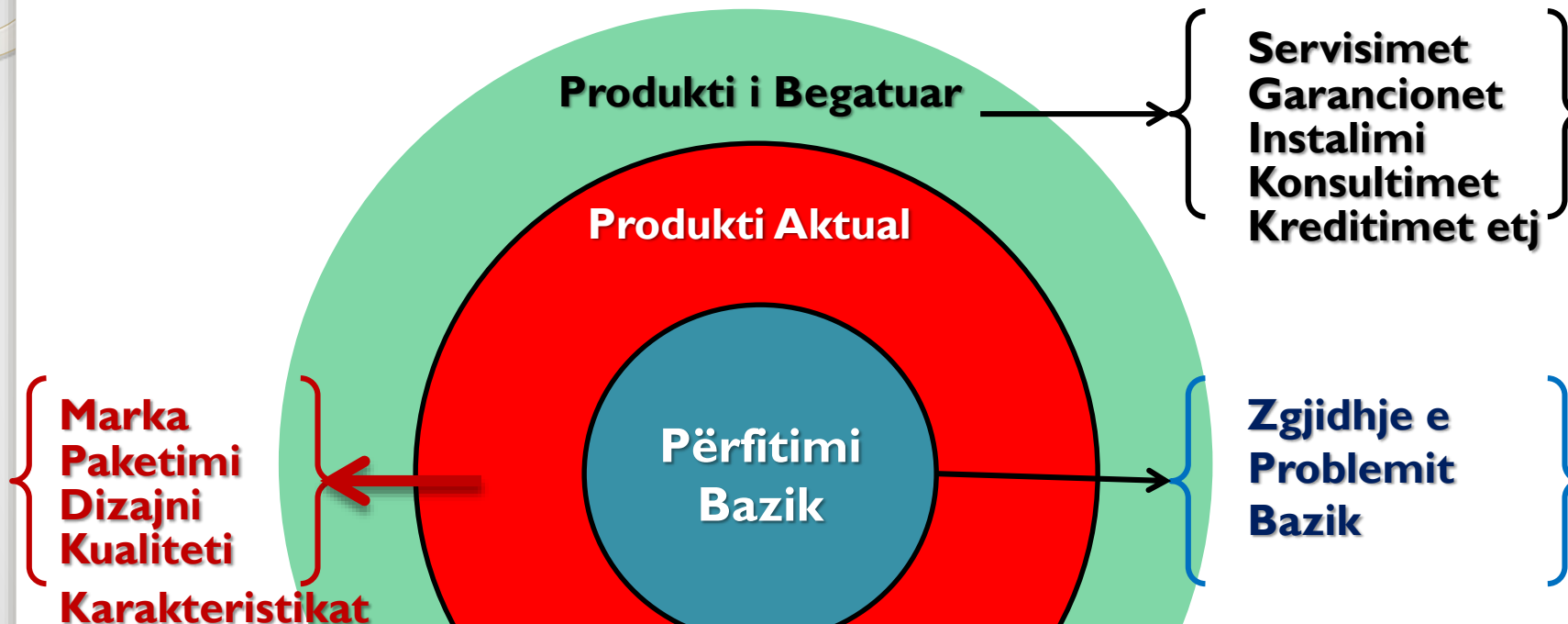
## 1. PRODUKTI

- \* **Objekte Fizike:** Sheqeri, Kripa, Televizori, Veshëmbathja, etj.
- \* **Shërbime:** Hotelet, Transporti, Bankat, Riparimet, Kontab. etj.
- \* **Organizime:** Ngjarje Sportive, Muzikë, Art, Film etj.
- \* **Persona:** Politik, Sportiv, Aktor etj.
- \* **Vende:** Qytetet, Shtetet, Regjionet (Turizëm)
- \* **Organizata:** Promovomi i Ndërmarrjes, OJQ, Universiteti etj.
- \* **Ide:** (Marketing Shoqëror): Ambienti, Shëndeti, Demokratizimi

# Strategji Marketingu

## Nivelet e PRODUKTI dhe SHËRBIMIT

*Pse Njerëzit blejnë një Produkt apo Shërbim ?*



*“Kompanitë nuk bëjnë më Konkurrencë në mes veti për atë se çfarë Prodhonë , por çfarë vlera të shtuara ata i japin Produktit të tyre”*

**Theodore Levitt**

# Strategji Marketingu

## Klasifikimi i Produkteve

- **PRODUKTET Konsumuese:**

*Jan produkte të blera nga Konsumatori për konsum Personal*

- **PRODUKTET Industriale:**

*Jan produkte të blera nga Personat dhe Organizatat për procesim të mëtutjeshëm apo për nevoja të Biznesit*

- **SHËRBIMET:**

*Jan produkte jofizike të cilat Konsumatori i merr nga Ofruesi i Shërbimeve për të zgjidhur një Problem Bazik.*

# Strategji Marketingu

## Klasifikimi i Produkteve

### PRODUKTET Konsumuese:

- **1. Të rëndomta,**  
( Gazeta, ushqim i shpejtë, ëmbëlsira, deterxhent etj. )
- **2. Veçanta( Komoditet, Komfor )**  
( Orendi, Veshëmbathje, Shërbime Transporti )
- **3. Speciale,** (Karakteristika Unike)  
(Brend special, Automobilë, Aparate, Sh.Legale etj.
- **4. Padukshme**  
(Risitë, Sigurimet, Ndërmjetësimet etj )

# Strategji Marketingu

## Klasifikimi i Produkteve

### **PRODUKTET Industriale:**

- **1. Lënda e Parë dhe Pjesët rezervë,**  
(*Prod. Natyrore dhe Industriale, Xehet, Frutat, Pemë e Perime, Druri* )
- **2. Paisjet,**  
(*Makineria, Fabrikat, Gjeneratorët, Presat, Vegla pune, Trafo etj*)
- **3. Furnizimet dhe Shërbimet,**  
(*Lubrifikantët, Letra, Riparimet, Mirëmbajtjet, Këshillimet, etj.*)

# Strategji Marketingu

## Klasifikimi i Produkteve

### SHËRBIMET

Shërbimet nuk mund të shihen, ndihen, shijohen, ndëgjohen ose nuhaten para se ato të blehen.!

- **1. Shërbimet Qeveritare,**  
(Gjykatat, Punësimet, Spitalet, Shërbimet Ushtarake, Zjarrfiksat, Spitalet, Posta, Shkollat, Entet Sociale etj.)
- **2. Shërbimet e Shoqatave Joqeveritare,**  
(Muzetë, Teatrot, Universitetet, Fondacionet, Instit. fetare etj.)
- **3. Shërbimet Biznesore,**  
(Transportet, Bankat, Hotelet, Sigurimet, Këshillimet, Mjekësia, Argetimet, Telekomunikacioni, Ndërmjetësimet etj.)



# Strategji Marketingu

## Atributet e Produktit

### **KUALITETI**

Me kualitet kuptojmë karakteristikat e Produktit apo Shërbimit të cilat mbështetën në aftësinë që të kënaqin nevojat dhe dëshirat e shprehura nga ana e Konsumatorit.

### **KARAKTERISTIKAT**

Jan Atribute të veqanta me të cilat Ju krijoni Përparësi Konkuruese duke e bërë Produktin e juaj që të Dallon nga ai i Konkurencës.

### **STILI dhe DIZAJNI**

Jan mënyra për të shtuar Vlerën e Produktit. Përderisa **STILI** paraqet dukjen e jashtme dhe jo domosdoshmërisht i ngritë Performancat e produktitit, Dizajni është më gjithpërfshirës dhe e ngritë përdorshmërinë e Produktit .

# Strategji Marketingu

## Atributet e Produktit

### CILËSIA E BRENDSHME

- \* Funkcionaliteti
- \* **SIGURIA**
- \* Kohëzgjatja
- \* Efikasiteti
- \* Qëndrueshmëria

### EKONOMIA

- \* **ÇMIMI**
- \* **4 P/4C**
- \* Racionalizimi
- \* Shp.Mirëmb.

### ESTETIKA

- \* **Pamja**
- \* **Zbukurimet**
- \* **Lokacioni Eksp.**

# Strategji Marketingu

## Disejni i Produktit

*Disenji i produktit është aktivitet kreativ për formësimin, modifikimin dhe shtimin e vlerës së Produktit.*

### *Parimet e disenjit të produktit:*

#### *(Ndermarrja vs Konsumatori)*

- *Parimi tekniko teknologjik*
- *Parimi ekonomik,*
- *Parimi ergonomik (përshtatjes) dhe*
- *Parimi estetik*

# Strategji Marketingu

## Disejni i Produktit

Disenji i produktit duhet të jetë *ATRAKTIV* si në pikëpamje **STRUKTURALE** ashtu edhe **VIZUALE**.

- **Efikasiteti gjat Prodhimit dhe Përdorimit**
- **Nxitja e Konsumatorit për blerje**

# Strategji Marketingu

## Disejni si Proces

*Disenji i produktit është Proces DINAMIK që e përcjellë Produktin në të gjitha fazat e jetës së tij, që nga IDEJA, Projektimi, Prototipi gjer tek Plasimi.*

- 1. Dizajnimi i Produktit të ri- Lansimi, Rritja, Pjekuria dhe Degjenerimi.***
- 2. Dizajnimi si funksion i Modifikimeve dhe Përmisimeve të Produkteve ekzistuese***

# Strategji Marketingu

## Inovacionet

**Me inovacione nënkuptohen çpikje të reja në funksion të Produkteve, përkatësisht të kërkesave të Konsumatorëve.**

**INOVACIONI në funksion të dizajnit**

**1. Inovacionet e Proceseve Teknologjik** (zvoglimi i Kostove, rritje e vëllimit të prodhimit, shtimi i kualitetit etj.)

**2. Inovacionet e Produkteve** (ad- hoc, komisione profesionale, shtabet për H&ZH.)

# Strategji Marketingu

## Disejni Industrial

***“Disenji Industrial është shkathtësi e shfrytzimeve të burimeve Teknologjike për krijimin dhe përpunimin e produkteve dhe të sistemeve që u shërbejnë Njerëzve  
”(Edgar Kaufmann)***

### ***Aktorët e Disenjit Industrial:***

***1. Ekspetët e Marketingut***

***2. Inxhinjerët***

***3. Disenjatorët***

# Strategji Marketingu

## Specifikat Përcjellëse të Produktit

- 1. Marka e produktit*
- 2. Ambalazhi i produktit*
- 3. Shërbimet e shitjes*

**Marka e produktit është fjalë, shenjë, simbol, termin, shprehje, emër, apo kombinim i ndonjëres prej tyre, me çka emërtohet, identifikohet dhe mbrohet produkti.**

**Evidentoni disa marka të produkteve**



# Strategji Marketingu

## Marka e Produktit

**Në kushtet bashkëkohore marka krijon përparësi në të dy sferat si te konsumatori ashtu edhe te prodhuesi:**

### *Te konsumatori:*

- *Lehtësim i blerjës*
- *Sigurim i kënaqësisë së rregullt*
- *Sigurim i bindjeve për cilësi*
- *Racionalizmin në kohë dhe shpenzime tjera materiale*
- *Arritja dhe mbajtja e nivelit të statusit*

# Strategji Marketingu

## Marka e Produktit

**Në kushtet bashkëkohore marka krijon përparësi në të dy sferat si te konsumatori ashtu edhe te prodhuesi:**

### *Te prodhuesi:*

- ***Mundëson kontroll më të mirë të tregut***
- ***Lehtëson lansimin e produkteve të reja***
- ***Mundësi në ndryshimin e çmimeve***
- ***Lehtësi në aksionet promovuese***
- ***Ruajtjen dhe mbrojtjen nga keqpërdorimet dhe veprimet jolegale të konkurrencës***

# Strategji Marketingu

## MARKA si Përparësi Konkuruese

- \* Ndërmarrja mund të praktikojë një çmim më të lartë, meqenëse cilësia perceptohet si më e mirë në krahasim me konkurrentët.*
- \* Ndërmarrja përballet me lehtësinë në shpërndarje, pasi konsumatorët e kërkojnë markën.*
- \* Ndërmarrja mund të veprojë lehtësisht në hedhjen e produkteve të reja, pasi ka më shumë kredibilitet.*

# Strategji Marketingu

## Marka e Produktit

**Përdorimi i markës arsyetohet për pesë arsye:**

- 1. Marka lehtëson identifikimin e produktit**
- 2. Marka e depozituar mbron në mënyrë ligjore karakteristikat e produktit kundrejt kopjimeve të ndryshme.**
- 3. Marka krijon idenë për nivelin e cilësisë së produktit, dhe krijon mundësinë për krijimin e një klientele besnike.**
- 4. Marka krijon mundësinë për të përcaktuar ofertën në një segment të veçantë të tregut.**
- 5. Emri i markës ofron mundësinë që produkti të ketë historinë dhe personalitetin, dhe për rrjedhojë, të arsyetoj një nivel të caktuar çmimi.**

# Strategji Marketingu

## Karakteristikat e një MARKE të mirë :

- \* **Shkurt dhe thjeshtë.**
- \* **I lehtë për t'u thënë dhe për t'u lexuar.**
- \* **I lehtë për t'u njohur dhe për t'u mbajtur mend.**
- \* **I këndshëm për t'u lexuar ose dëgjuar, i lehtë për t'u shqiptuar.**
- \* **I shqiptueshëm vetëm në një mënyrë.**
- \* **I shqiptueshëm në të gjitha gjuhët (për produktet e eksportit).**
- \* **Të mbetet modern.**
- \* **I përshtatshëm me nevojat e ambalazhit dhe etiketimit.**
- \* **Përdorimi i mundshëm ligjor (i padepozituar nga një firmë tjetër).**
- \* **Nuk duhet të jetë fyes, i turpshëm ose negativ (në përdorimin në gjuhë të tjera).**
- \* **Duhet të sugjerojë të mirat e produktit.**
- \* **Duhet parashikuar të përshtaturit me media publikuese**

# Strategji Marketingu

## Karakteristikat e një MARKE të mirë

Disa Marka janë të *panjohura*, të tjerat të njohura por pak të *pranuara*.

*Testi më i mirë i besnikërisë për një markë është të dihet se çfarë do të bëjë klienti nëse nuk e gjenë në shitore, do të ndryshojë produktin apo do të drejtohet tek një shitore tjetër?*

***Cilën Markë do të deshironit që kurr mos të zhduket nga Tregu ?***

# Strategji Marketingu

Karakteristikat e një MARKE të mirë



Milka



# Strategji Marketingu

## Ambalazhimi i PRODUKTIT

**\*Ambalazhimi është aktivitet i veçantë, i harmonizuar me karakteristikat dhe disenjin e produktit dhe shërben për ruajtjen, promovimin dhe individualizimin e produktit.**

**\* Ambalazhimet e produktit luajnë një rol të rëndësishëm në tërheqjen dhe kënaqjen e konsumatorëve**

**\* Ambalazhimet janë pjesërisht produkt, pjesërisht promovim. Shishja Coca Cola është një simbol që njihet në mbarë botën!!!!**



# Strategji Marketingu

## Ambalazhimi i PRODUKTIT

*Materiali i ambalazhit duhet të jetë adekuat me karakteristikat e produktit, por në veqanti me kërkesat e konsumatorëve.*

1. **Ambalazhi primar (gjatë procesit të prodhimit)**
  2. **Ambalazhi sekondar (për mbrojtje)**
  3. **Ambalazhi transportues**
- Të gjitha të bazuara në **Ekonomicitet dhe Funkcionalitet**

# Strategji Marketingu

## ETIKETA e Produktit

- \* **Identifikon Produktit apo Markën**
- **Jep përshkrimet për Produktin:**
  - **Kush është Prodhuesi**
  - **Ku është Prodhuar**
  - **Përmbajtja**
  - **Si të Përdorët**
  - **Afati i qëndrueshmërisë**
  - **Bar kodi**

# Strategji Marketingu

## Shërbimet e Shitjes

**1. Garancioni**

**2. Kreditimi**

**3. Servisimi**

# Strategji Marketingu

## Shërbimet e Shitjes

### I. Garancioni

- \*Fletëgarancioni
- \* Afati kohorë
- \* Kushtet/ Vlefshmëria
- \* Udhëzimet e përdorimit
- \* Adresat e Serviseve

**Siguri për Konsumatorin**

# Strategji Marketingu

## Shërbimet e Shitjes

### 2. Kreditimi

- \* Stimulon Blerjen
- \* Zvoglohen Stoqet
- \* Baraspeshon Ofertë/Kërkesën
- \* Blerjet Kapitale !!

# Strategji Marketingu

## Shërbimet e Shitjes

### 3. Servisimi

**Pr. e Konsumit  
të gjerë**

- \* Instrukcionet
- \* Transporti
- \* Konsultat
- \* Instalimi
- \* Mirëmbajtja
- \* Riparimet

**Pr. e Konsumit  
Industrial**

9.

# Strategji Marketingu

## Strategjitë e Marketingut

PRODUKTE  
EKZISTUESE

PRODUKTE  
TË REJA

TREG EKZISTUES

**STRATEGJIA  
PENETRUESE**  
në  
**TREG**

**STRATEGJIA  
e ZHVILLIMIT**  
të  
**PRODUKTEVE**

TREG I RI

**SRATEGJIA e**  
**ZHVILLIMIT të**  
**TREGJEVE**

**STRATEGJIA**  
e  
**DIVERZIFIKIMIT**

# Strategji Marketingu

## Strategjitë e Marketingut

### Ansoff Produkt/Treg Matrica

PRODUKTE  
EKZISTUESE

**STRATEGJIA  
PENETRUESE**  
në  
**TREG**

TREG EKZISTUES

Qëllimi i kësaj Strategjie është që të rris hisen në tregun ekzistues me të njejtin Produkt. **SI ?**

*Kjo mund të arrihet duke shitur më shumë produkte ekzistuese te konsumatorët ekzistues ose duke gjetur konsumator të rinjë në të njejtin Treg.*

**Strategjia me Rrezikun më të Vogël !.**

**Kujdes nga Ngopja e TREGUT !!!.**



# Strategji Marketingu

## Strategjitë e Marketingut

### Ansoff Produkt/Treg Matrica



Qëllimi i kësaj Strategjie është që të gjejë apo Zhvilloj Tregje të Reja për Produktet Ekzistuese. **SI ?**

*Kjo mund të arrihet duke shitur produktet ekzistuese jo vetem konsumatoreve Individual por edhe Depove me Shumicë. Mund te kyqet ne tregun Industrial etj.*

# Strategji Marketingu

## Strategjitë e Marketingut

### Ansoff Produkt/Treg Matrica

PRODUKTE  
TË REJA

STRATEGJIA  
e ZHVILLIMIT  
të  
PRODUKTEVE

TREG EKZISTUES

Qëllimi i kësaj Strategjie është që të Zhvilloj Produkte të Reja për Tregjet Ekzistuese. **SI ?**

*Kjo mund të arrihet duke krijuar produkte të reja të cilat zëvendësojnë të vjetrat apo me disa nivele të kualiteteve, për të njejtin grup të Konsumatorëve.*

# Strategji Marketingu

## Strategjitë e Marketingut

### Ansoff Produkt/Treg Matrica

PRODUKTE  
TË REJA

**STRATEGJIA**  
e  
**DIVERZIFIKIMIT**

TREG I RI

Qëllimi i kësaj Strategjie është që të Zhvilloj Produkte të Reja për Tregjet e Reja. **SI ?**

*Kjo mund të arrihet duke u kyqur me Produkte të reja në Tregje të reja si ato vendore ashtu edhe Ndërkombëtare.*

**Strategjia me Rrezikshmerinë më të madhe!!!**

**PSE ?**

9.

# Strategji Marketingu

**PYETJE**

**?**