

Strategji Marketingu

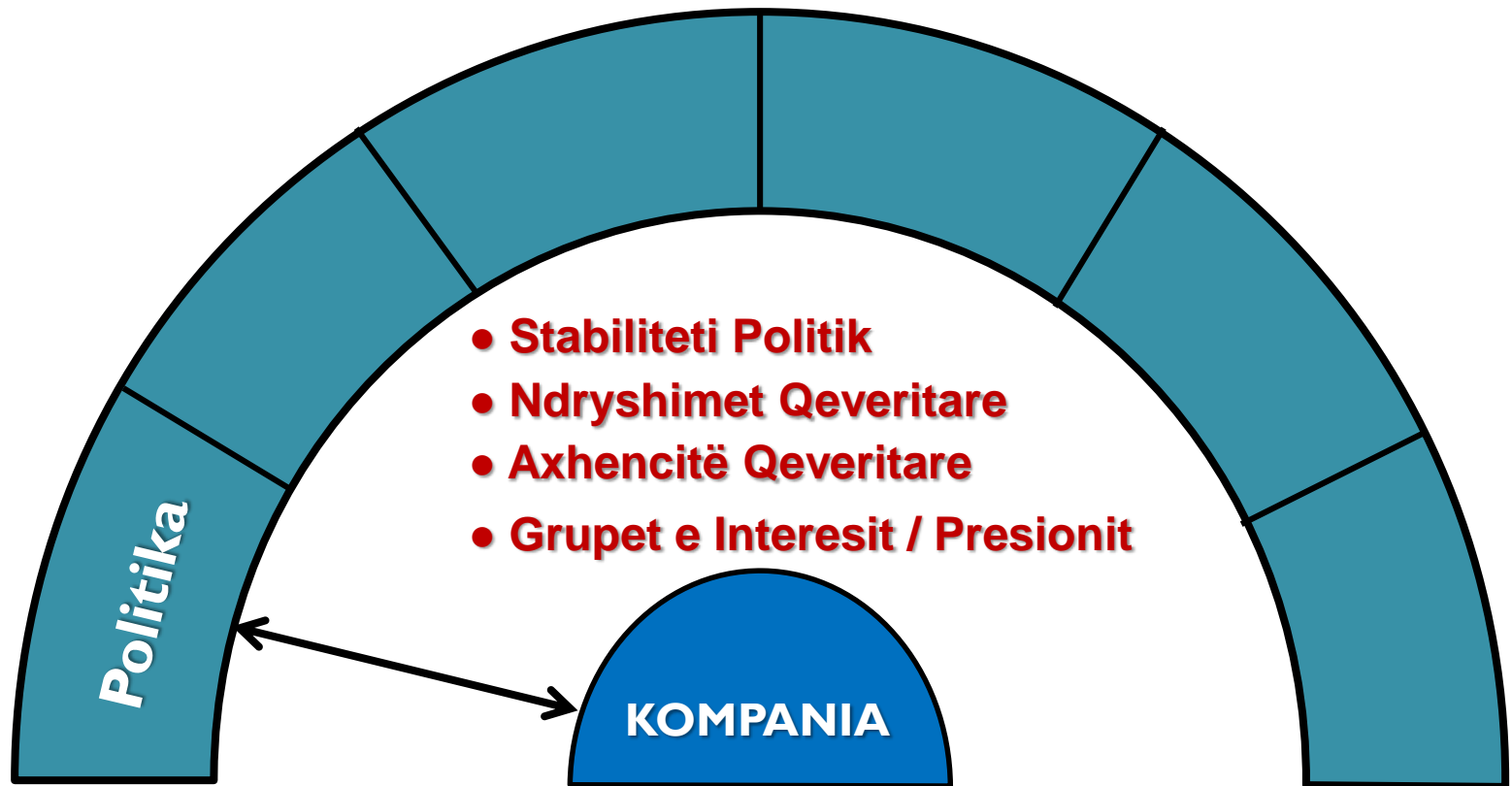
Analiza e Mjedisit Biznesor



Mikromjedisi i Kompanisë

Strategji Marketingu

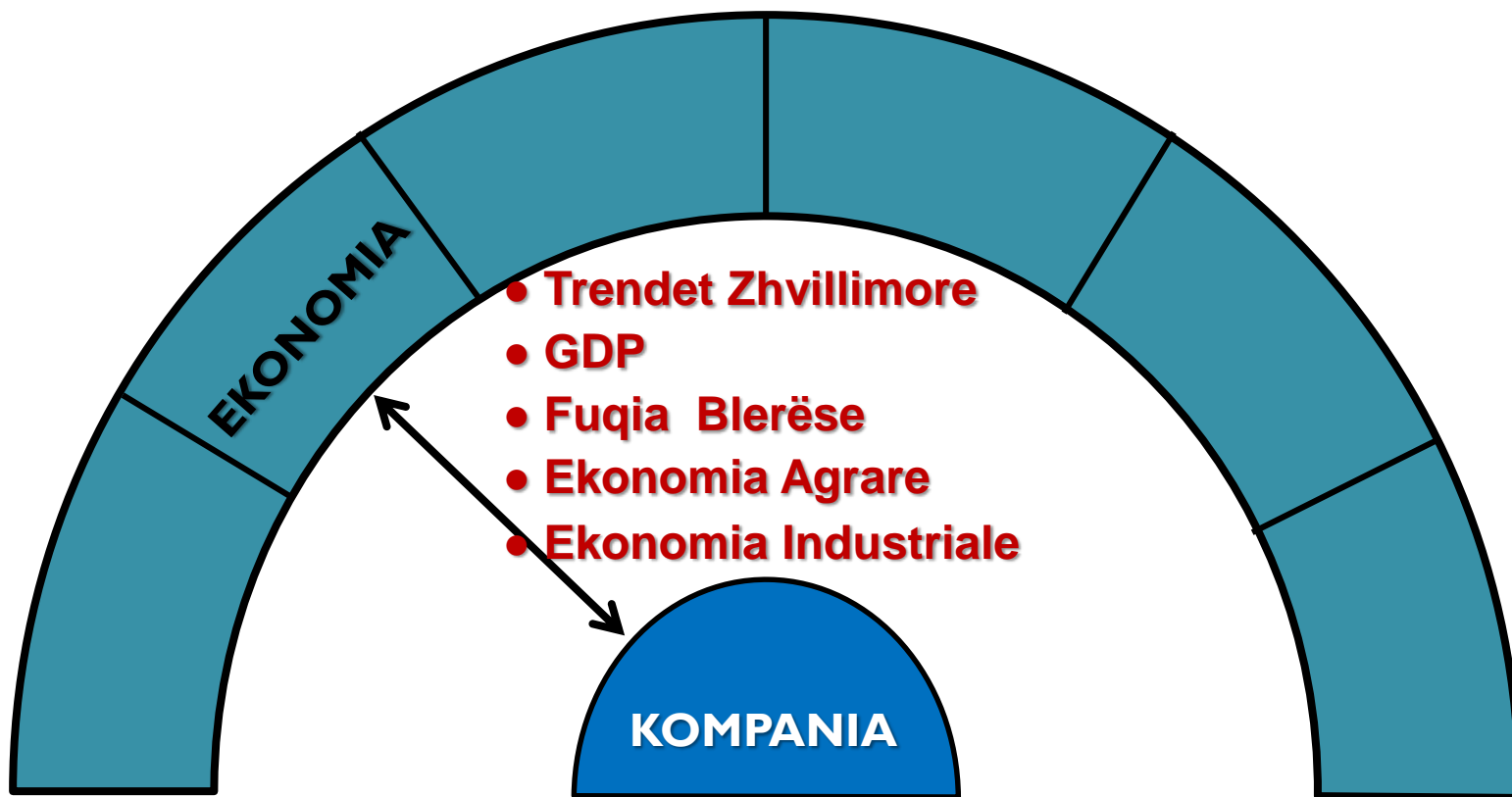
Analiza e Mjedisit Biznesor



Makromjedisi i Kompanisë

Strategji Marketingu

Analiza e Mjedisit Biznesor



Makromjedisi i Kompanisë

Strategji Marketingu

Analiza e Mjedisit Biznesor

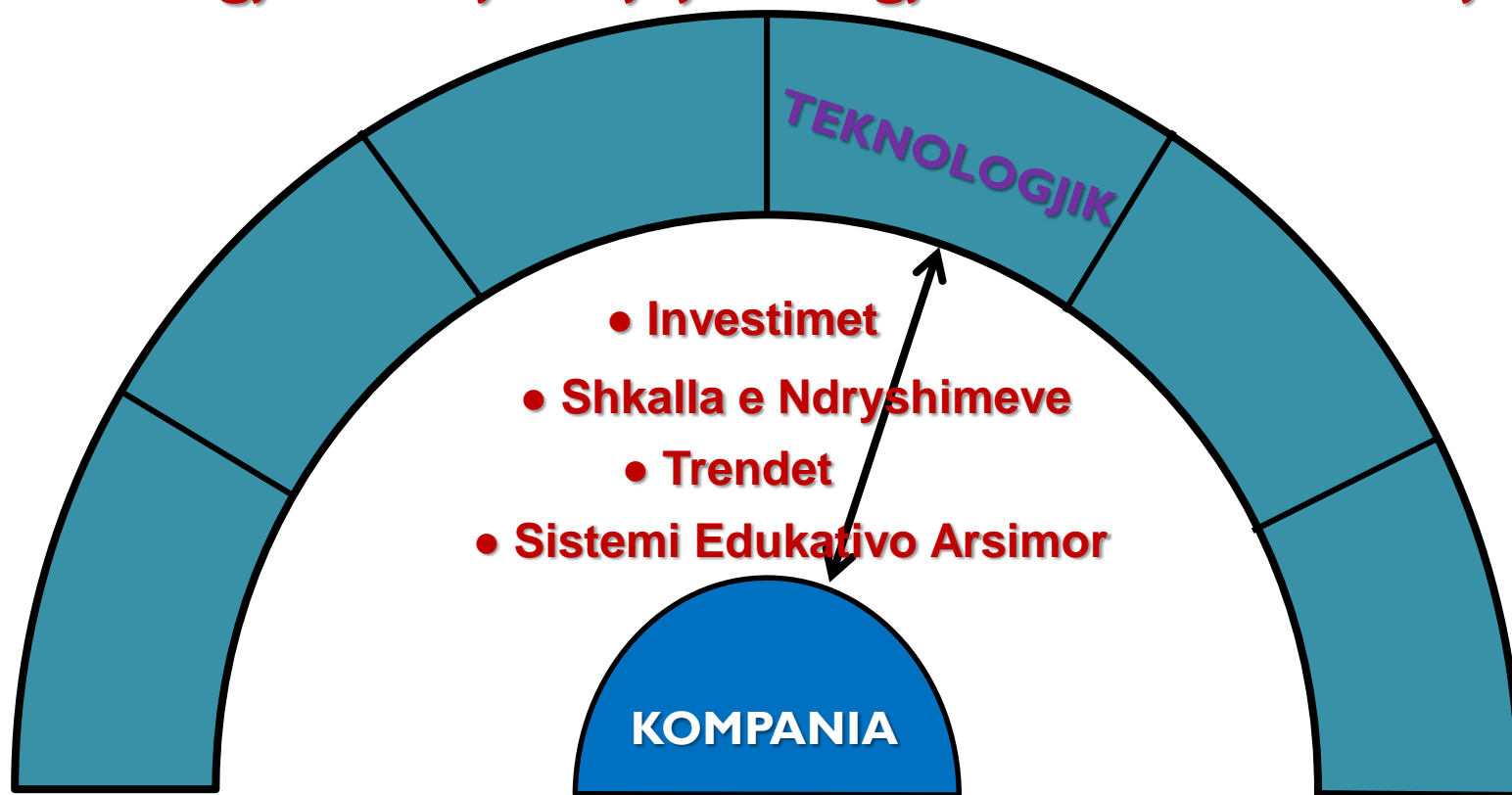


Makromjedisi i Kompanisë

Strategji Marketingu

Analiza e Mjedisit Biznesor

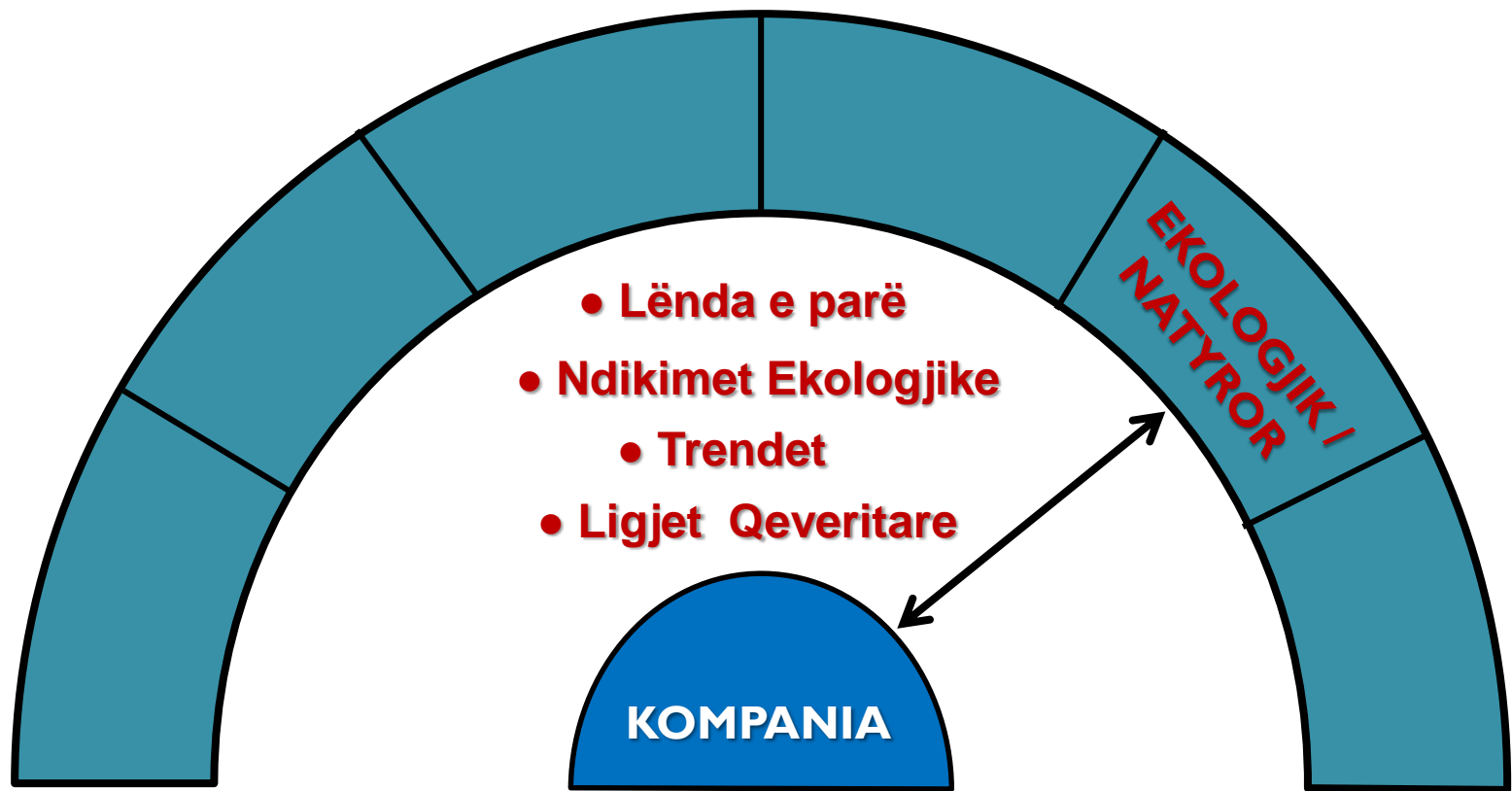
• Teknologjitë e reja krijojnë Tregje dhe Shansa të reja !!



Makromjedisi i Kompanisë

Strategji Marketingu

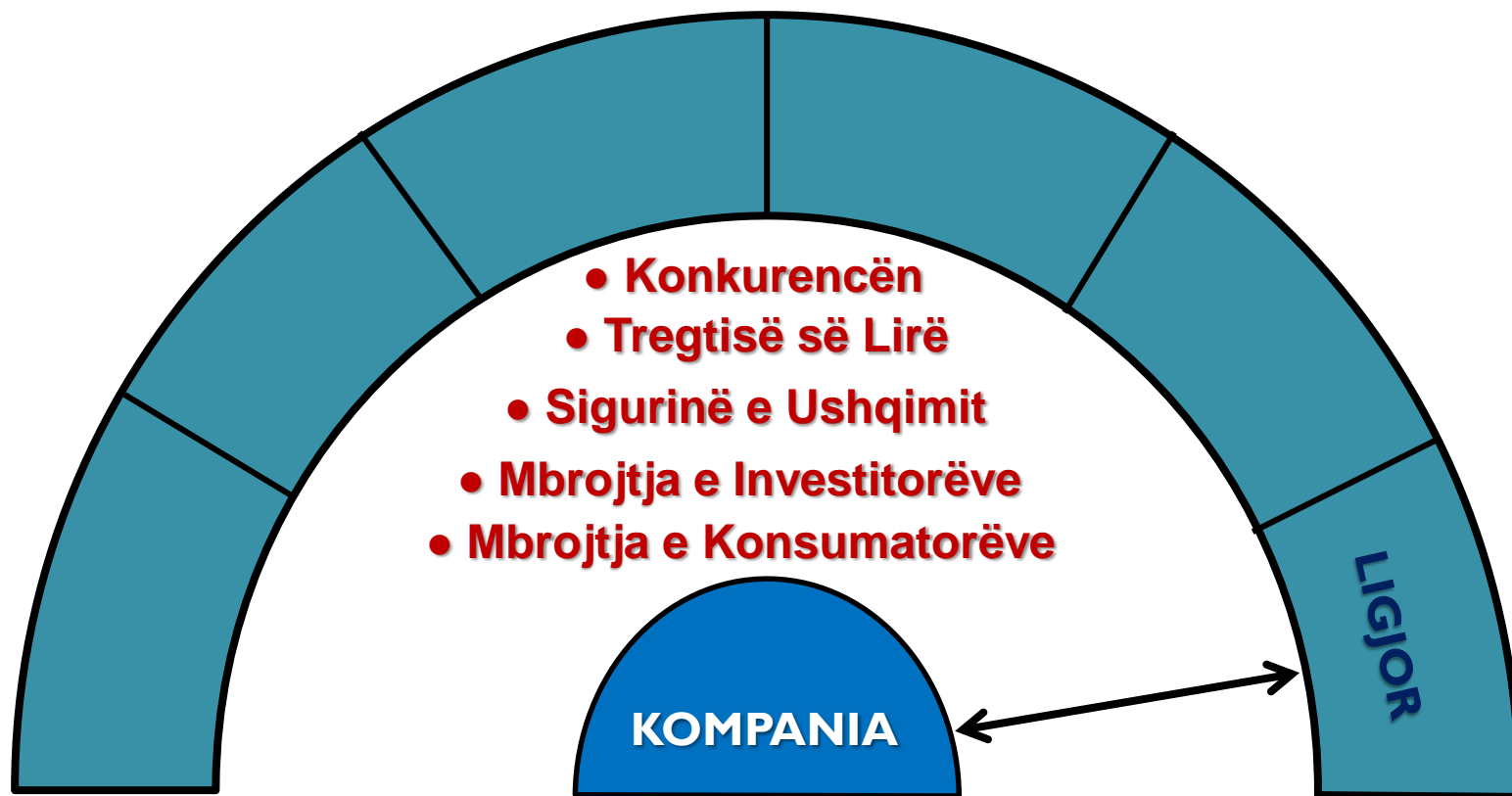
Analiza e Mjedisit Biznesor



Makromjedisi i Kompanisë

Strategji Marketingu

Analiza e Mjedisit Biznesor

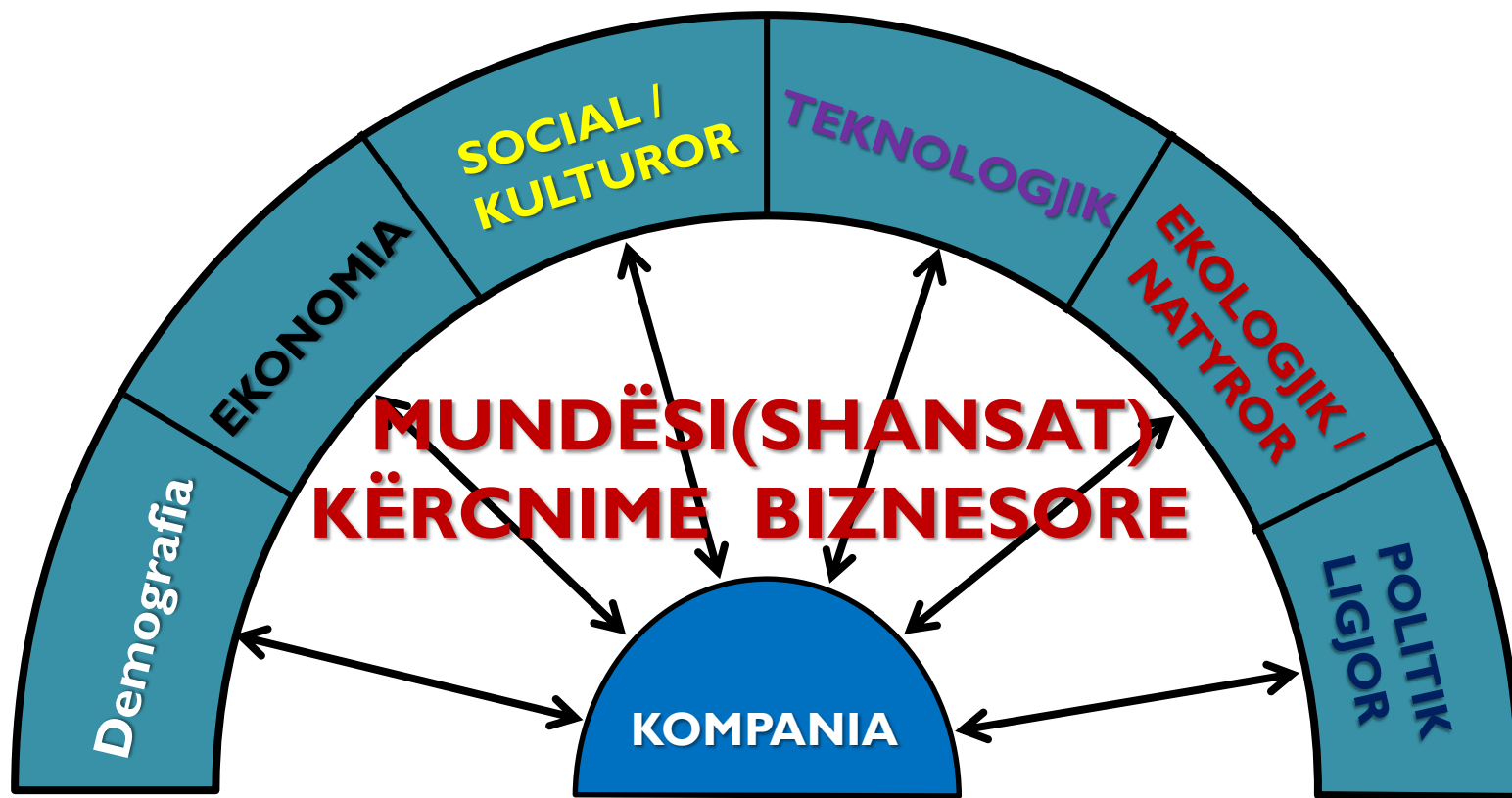


Makromjedisi i Kompanisë

4.

Strategji Marketingu

Analiza e Mjedisit Biznesor

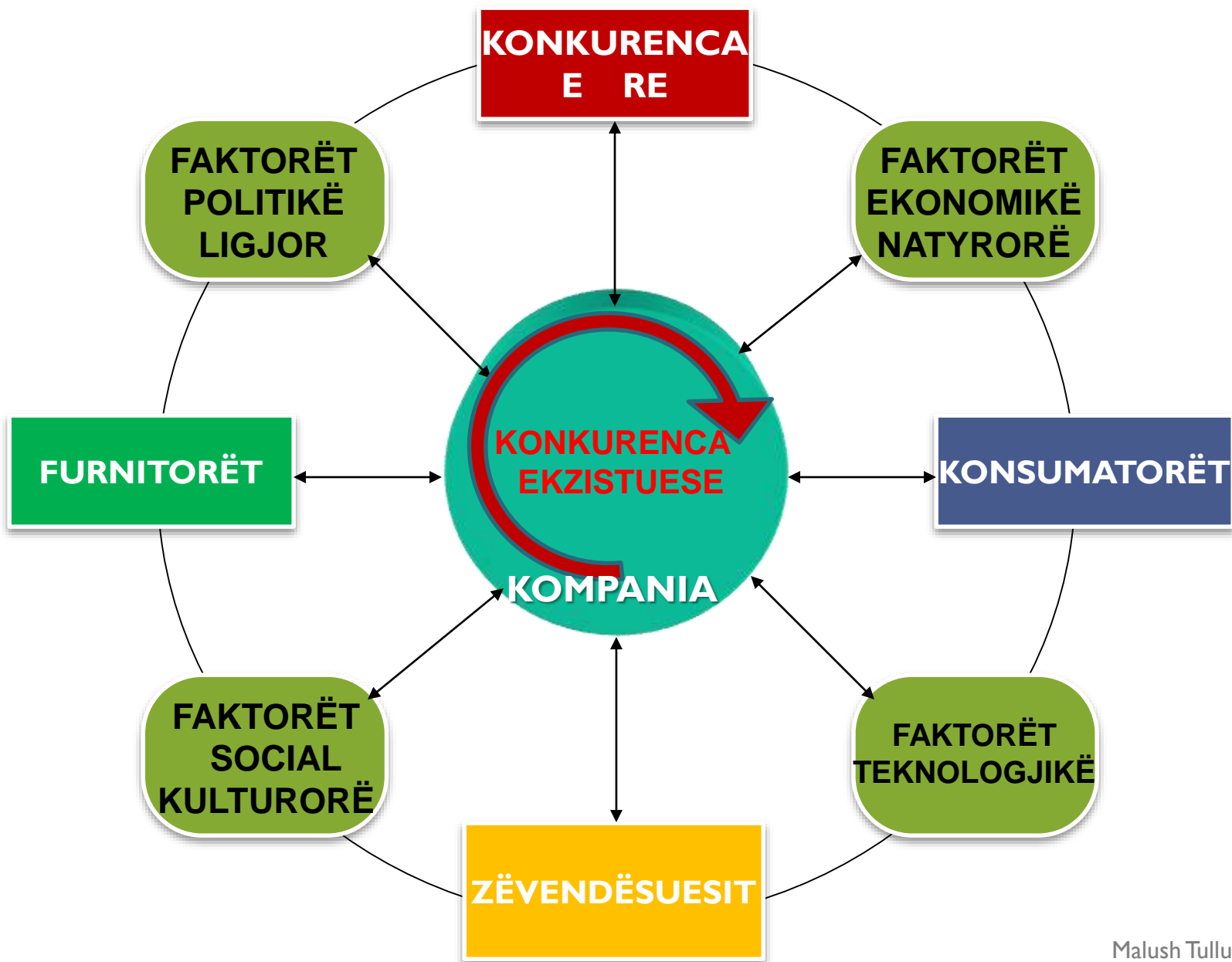


Makromjedisi i Kompanisë

4.

Strategji Marketingu

P
U
B
L
I
K
U



Strategji Marketingu

Detyra e Marketingut Strategjik është të Hulumtoj dhe Identifikoj pandërpre Shansat që Paraqiten në TREGJE !!

- 1. Ka mungesë të ndonjë Artikulli (Ose nuk ofrohet në sasi të mjaftueshme),**
- 2. Ofertimi i Produktit të njejtë në mënyrë superiore apo komplet ndryshe,**
- 3. Ofrimi i një Produkti komplet të Ri.**
- 4. Futja në Tregje të Reja**

4.

Strategji Marketingu

Analiza e Brendshme e Kompanisë

A ka Ndërmarrja Resurse të Mjaftueshme dhe të Afta për ti shfrytëzuar këto Shansa të Identifikuara në Mjedisin Biznesor, më mirë dhe më shpejtë se KONKURENCA ?

A ka Ndërmarrja Resurse të Mjaftueshme dhe të Afta për tu MBROJTUR apo Minimizuar Kërçnimet që vijnë nga Mjedisi i Ndryshueshëm Biznesor ?

P
Ë
R
P
A
R
Ë
S
I
T
Ë

D
O
B
Ë
S
I
T
Ë

4.

Strategji Marketingu

Analiza e Mjedisit Biznesor

I
D
E
N
T
I
F
I
K
O

*Shansa / Mundësi
të
Reja*

*Krijò Strategji për ti
shfrytëzuar më
shpejtë dhe më mirë
se KONKURENCA !!*

*Kërcnimet nga
Ambienti /
Rrethina
Biznesore*

*Krijò Strategji për tu
MBROJTUR apo
Minimizuar Kërcnimet.
Kthej në Shansa !!*

A kemi mundësi ??

Strategji Marketingu

Analiza e Brendshme e Kompanisë

- ▶ **Sa është Ndërmarrja e gatshme për të Shfrytëzuar SHANSAT e paraqitura ne TREG ?**
- ▶ **Cilat jan anët e Forta të Ndërmarrjes dhe Përparësitë krahasuar me Konkurencën ?**
- ▶ **A ka Ndërmarrja Resurse të mjaftueshme ?**
- ▶ **A ka Dobësi apo Mungesa ?**

4.

Strategji Marketingu

Analiza e Brendshme e Kompanisë

A U D I T I M I

Duhet të jetë :

- 1. Gjithpërfshirës**
- 2. Sistematik**
- 3. I Pavarur**
- 4. Të bëhet Rregullisht**

Strategji Marketingu

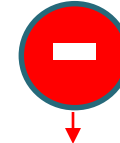
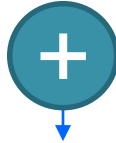
Analiza e Brendshme e Kompanisë

A U D I T I M I

- 1. Objektive të Marketingut**
- 2. Strategjive të Vendosura**
- 3. Struktura Organizative**
- 4. SIM, H&Zh., Planifikimi & Kontrolli**
- 5. Profitabilitetit**
- 6. Funkcioneve të Marketingut**

4.

USHTRIME



P

D

- * Organizimi
- * Menaxhmenti
- * Marketingu
- * Financat
- * Asetet

TË BRENDSHËM
Mund të kontrollohen



Sh

K

* **PESTELI**

TË JASHTËM
Jashtë kontrollit



Strategji Marketingu

SWOT Analiza

Evidenton **PËRPARËSITË** dhe anët e Forta që ka Kompania / Ndërmarrja

*Nxjerr në shesh **MUNDËSITË** / Shansat që paraqiten në Mjedisin Biznesor*

*Kupton **DOBËSITË** e brendëshme , dhe krahasuar me Konkurencën*

*Parasheh **KËRCËNIMET** që i kanosën Ndërmarrjës*

4.

Menaxhimi i Marketingut

Formulimi i Objektivave

SWOT Analiza

OBJEKTIVAT

1. Afatshkurta
2. Afatmesme
3. Afatgjata

Objektivat duhet të jenë të vendosuar sipas kriterit SMART ; Renditja nga më e rëndësishmja

Menaxhimi në Bazë të Objektivave / MBO

Strategji Marketingu

Strategjitë sipas TOWS matricës

TOWS	DOBËSITË W	PËRPARËSITË S
Kërcënimet T	<i>Strategjitë e minimizimit të anëve të dobëta të Kompania për të shmangur Kërcënimet.</i>	<i>Strategjitë që krijohen për t'i shmangur kërcënimet e jashtme duke përdorur anët e fuqishme të Kompanisë.</i>
Shansat O	<i>Strategjitë që krijohen për eliminimin e anëve të dobëta të Kompanisë duke shfrytëzuar Shansat/ Mundësitë e krijuara</i>	<i>Strategjia që përdorë anët e fuqishme të Kompanisë për të shfrytëzuar Shansat e paraqitura në Mjedisin Biznesor.</i>

Strategji Marketingu

Strategjitë sipas TOWS matricës

TOWS	DOBËSITË W	PËRPARËSITË S
Kërcënimet T	Strategjitë e minimimit të anëve të dështimit të Kompania për të shmangur Kërcënimet.	Strategjitë që krijohen për t'i shmangur kërcënimet e jashtme duke përdorur anët e fuqishme të Kompanisë.
Shansat O	Strategjitë që krijohen për eliminimin e anëve të dështimit të Kompanisë dhe shfrytëzuar Shansat/ Mundësitë e krijuara	Strategjia që përdorë anët e fuqishme të Kompanisë për të shfrytëzuar Shansat e paraqitura në Mjedisin Biznesor.

4.

Strategji Marketingu

Strategjitë sipas TOWS matricës

TOWS	DOBËSITË W	PËRPARËSITË S
Kërcënimet T	WT	ST
Shansat O	WO	SO

4.

Strategji Marketingu

PYETJE

?