

Vesna Kočić Vugdelija – Vežbe 2

MEĐUNARODNI MARKETING

1

Osnovne dimenzije međunarodnog marketinga

- *Međunarodni marketing* – marketing aktivnosti koje prelaze nacionalne granice
- *Inostrani marketing* – marketing aktivnosti koje se obavljaju u drugim zemljama
- *Multinacionalni marketing* – marketing aktivnosti koje se prilagođavaju svakoj zemlji pojedinačno
- *Globalni marketing* – uniformisane marketing aktivnosti, jedinstvene za sve zemlje

vesna.kocic-vugdelija@teachers.org

2

Faze u međunarodnom razvoju preduzeća

- *Nacionalno* – domaće preduzeće, usmereno na zadovoljavanje potreba domaćeg tržišta
- *Međunarodno preduzeće* – koristi mogućnosti stranih tržišta, izvozno preduzeće
- *Multinacionalno preduzeće* – uvažavanje različitosti zemalja, usklađivanje
- *Globalno preduzeće* – svest o postojanju razlika i sličnosti, njihovo uvažavanje i generalno prilagođavanje

vesna.kocic-vugdelija@teachers.org

3

a – Marketing Planiranje

vesna.kocic-vugdelija@teachers.org

4

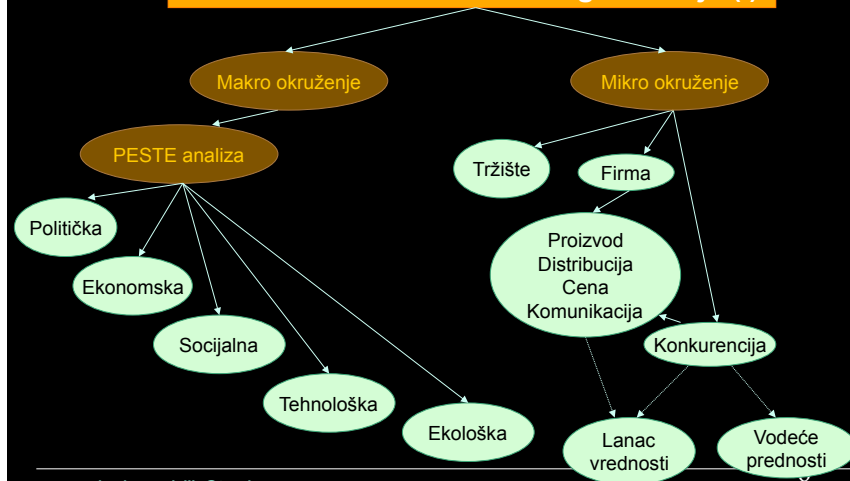
Marketing planiranje

Marketing plan: Sadržina & Faze



Marketing Planiranje

Tekuća – Trenutna Marketing Situacija (I)



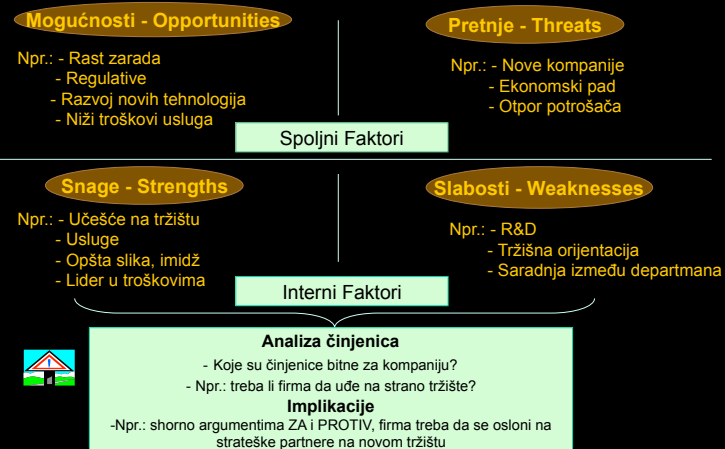
Marketing Planiranje

Tekuća – Trenutna Marketing Situacija (II)

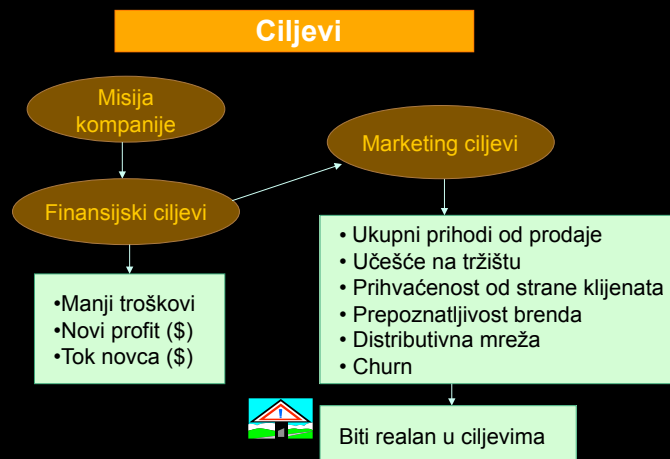


Marketing planiranje

SWOT analiza



Marketing planiranje



Marketing planiranje



Marketing planiranje

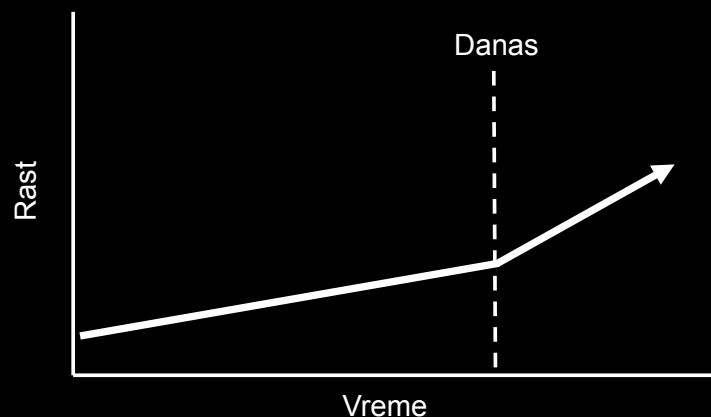


Marketing planiranje



Marketing planiranje

Predviđanje prodaje za skije



Marketing planiranje

Kontrola



Marketing planiranje

Najveća svetska internet berza proizvoda E-bay (www.ebay.com) planira da se proširi na latino – američko tržište. Da li je dobro da to učini? Ako da, da li da se proširi kroz kupovinu domaćeg preduzeća, udruživanje ili prirodni rast?



Marketing planiranje

1. MAKRO ANALIZA

- Osnovna delatnost: e-biznis, on-line aukcija
- Ciljna grupa?
 - Latino – američko tržište: 19 miliona korisnika interneta 2001. godine, 44 miliona 2004. i između 75 i 77 miliona 2005.
 - Ukupna vrednost internet transakcija: 12 miliona \$ 1999. godine, a 192 miliona \$ 2000. godine
- ✓ Godišnji rast internet stanovništva – 40%
- ✓ Godišnji rast vrednosti prometa na internetu 1600%, pri čemu se najveći broj transakcija odvija u Brazilu
- ✓ E-bay je svetski lider internet aukcije sa kvazi-monopolom od 99%
- ✓ SAD tržište je u fazi zrelosti, evropsko i azijsko je u fazi rasta, a latino – američko u fazi razvoja

Marketing planiranje

1. MIKRO ANALIZA

• **Tržište:**

globalno, postojanje razlika, jezici, zakoni i vremenske zone

- Ciljna grupa: internet korisnici (neophodan pristup internetu)

Kompanija:

- Misija: stvoriti najveću svetsku grupu za trgovinu i pomoći ljudima da trguju praktično sve i svuda
- Dostignuća: Rast kompanije zadnjih 6 meseci kroz kupovinu, partnerstvo i greenfield investicije
- Pozicioniranje: leaderska, svetska aukcijska on-line kompanija
- Strategija ulaska: jedino ukoliko je moguća razumna zarada u kratkom periodu

Konkurencija:

- ✓ Yahoo i Amazon takođe imaju aukcijske web sajtove
- ✓ Yahoo je lider na japanskom tržištu
- ✓ MercadoLibre, DeRemate i Lokau su konkurenti na latino-američkom tržištu

vesna.kotic-vugdelija@teachers.org

URADITI 4P I SWOT ANALIZU

URADITI 4P I SWOT ANALIZU