

Šablon marketing miksa za MMSP

# Uvod

Ovaj šablon marketing miksa je dizajniran da pruži MMSP strukturirani okvir za razvoj, procenu i implementaciju marketinških i prodajnih strategija. Šablon se fokusira na tradicionalne 4P (na engleskom) — proizvod, cena, mesto i promocija — a takođe uključuje tri dodatna P (na engleskom) —ljudi, proces i fizički dokaz—kako bi se obezbedio holistički pristup.

# 1. Proizvod

Pre nego što možete bilo šta da plasirate na tržište, prvo morate imati jasno razumevanje šta prodajete. Ovaj odeljak vam pomaže da se udubite u specifičnosti vašeg proizvoda, osiguravajući da je usklađen sa potrebama klijenata i potražnjom tržišta.

***1.1 Opis proizvoda***

* Koji je vaš proizvod ili usluga?
* Koji problem rešava ili koje potrebe ispunjava?

***1.2 Odlike proizvoda***

* Navedite glavne odlike vašeg proizvoda ili usluge.

***1.3 Jedinstvena prodajna vrednost (JPV)***

* Šta je to što izdvaja vaš proizvod od konkurencije?

***1.4 Faza životnog ciklusa***

* Da li je vaš proizvod u fazi predstavljanja, rasta, zrelosti ili opadanja?

***1.5 Poboljšanja & inovacije***

* Da li postoje neka planirana poboljšanja ili inovacije?

# 2. Cena

Prava strategija cena je ključna za maksimalnu profitabilnost uz održavanje zadovoljstva klijenata. Ovaj odeljak vas vodi kroz različite modele cena i pomaže vam da postavite cenu koja odražava vrednost vašeg proizvoda.

***2.1 Strategija određivanja cena***

* Troškovi plus, zasnovani na vrednosti, psihološki, itd.

***2.2 Sniženja & ponude***

* Sezonska sniženja, ponuda za kupovine na veliko (više komada), itd.

***2.3 Uslovi plaćanja***

* Metode plaćanja, kreditni uslovi, itd.

***2.4 Poređenje cena***

* Kakve su vaše cene u poređenju sa konkurentima?

***2.5 Analiza prihoda i zarade***

* U kom trenutku tokom prodaje ćete pokriti sve troškove?

# 3. Mesto

Vaši kanali distribucije su most između vašeg proizvoda i klijenta. Ovaj odeljak se fokusira na optimizaciju ovih kanala kako bi se osiguralo da vaš proizvod bude lako dostupan vašoj ciljnoj publici.

***3.1 Kanali distribucije***

* Onlajn, maloprodaja, direktna prodaja, itd.

***3.2 Strategija lokacije***

* Gde se nalaze vaši ciljani klijenti?

***3.3 Lanac snabdevanja***

* Detalji o dobavljačima, proizvođačima, distributerima itd.

***3.4 Logistika***

* Transport, skladištenje, upravljanje imovinom i opremom, itd.

***3.5 Maloprodaja ili onlajn prisustvo***

* Izgled prodavnice, veb stranica za e-trgovinu, itd.

# 4. Promocija/reklamiranje

Na prepunom tržištu, vidljivost je ključna. Ovaj odeljak pruža uvid u različite promotivne strategije i alate, osiguravajući da se vaš proizvod ne samo uklapa u pozadinu, već i da se pritom ističe.

***4.1 Kanali za reklamiranje***

* Onlajn, TV, radio, štampanje, itd.

***4.2 Promovisanje prodaje***

* Kuponi, takmičenja, itd.

***4.3 Odnosi sa javnošću***

* Saopštenja za medije, dešavanja, itd.

***4.4 Društveni mediji***

* Platforme, učestalost postova, strategija u vezi sa sadržajem, itd.

***4.5 Zadržavanje klijenata***

* Programi lojalnosti, kako angažovati klijente, itd.

# 5. Ljudi

Iza svakog uspešnog poslovanja stoji kompetentan tim. U ovom odeljku istražujemo kako da efikasno upravljate i obučite svoj tim da stvori zadovoljstvo kod klijenata, što zauzvrat pokreće rast poslovanja.

***5.1 Ciljana publika***

* Demografija, psiho-grafija, itd.

***5.2 Usluga za klijente***

* Obuka/trening, uslužno postupanje, itd.

***5.3 Uslovi za osoblje***

* Veštine, broj, programi obuke, itd.

# 6. Proces

Operativna efikasnost se često zanemaruje u marketinškim strategijama. Ovaj odeljak vam pomaže da pojednostavite svoje interne procese i procese okrenute klijentima radi optimalne efikasnosti i zadovoljstva kod svojih klijenata.

***6.1 Proces prodaje***

* Koraci od generisanja potencijalnih klijenata do zatvaranja prodaje.

***6.2 Pridobijanje klijenata***

* Koraci koji su potrebni da klijent počne da redovno koristi vaše proizvode/usluge.

***6.3 Osiguranje kvaliteta***

* Procesi koji treba da osiguraju kvalitet proizvoda/usluge.

# 7. Materijalni dokazi

U digitalnom dobu, opipljivost vas može izdvojiti. Ovaj odeljak vas vodi kroz elemente koji pružaju materijalni dokaz kvaliteta vaše usluge, kao što su pakovanje, brendiranje i izjave klijenata.

***7.1 Pakovanje***

* Dizajn, funkcionalnost, itd.

***7.2 Element brendiranja***

* Logo, šema boja, itd.

***7.3 Iskustvo u samoj prodavnici***

* Izgled, znakovi i uputstva, itd.