

# МАРКЕТИНГОТ ВО ПРЕТПРИЕМНИШТВО ТО

м-р Моника Арсова

Економски Факултет



# ФАКТИ ЗА ПРЕТПРИЕМНИШТВОТО



- 582 милиони претприемачи



- 800.000 од претприемачите се во Соединетите Американски Држави



- Најмногу од новите бизниси се во областа на: финансии; осигурување и недвижности



- 30% од новите бизниси издржуваат до 10та година

# ФАКТИ ЗА ПРЕТПРИЕМНИШТВОТО

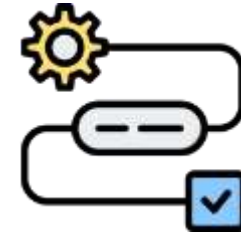


- Финансирање на новите бизниси:
  - 37% готовина
  - 10% позајмици од пријатели и семејство
  - 6 % земаат кредити за мали бизниси



- **44% од претприемачите се високо образовани лица**

# Процес на дизајнирање нов производ



## 1. Идеја за иновација

- извор за идеја: потрошувачи; конкуренција; вработени ...
- проценка на идеите и рангирање



## 2. Деловна анализа

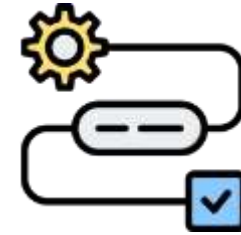
- анализа на трошоци, добивка, приходи
- анализа на пазарот ( понуда, побарувачка, конкуренција )
- почетен маркетинг план



## 3. Развој на производот

- материјална форма
- изнаоѓање на својства и начин на производство
- развој на пакување

# Процес на дизајнирање нов производ



## 4. Маркетиншки тест

- тест во реални пазарни услови...
- одлуки за лансирање / нов тест / повлекување
- финализирање на плановите за маркетинг



## 5. Комерцијализација на производот

- инвестирање во нови капацитети ?
- презентација на производот во каналите на дистрибуција
- започнување со промотивни активности



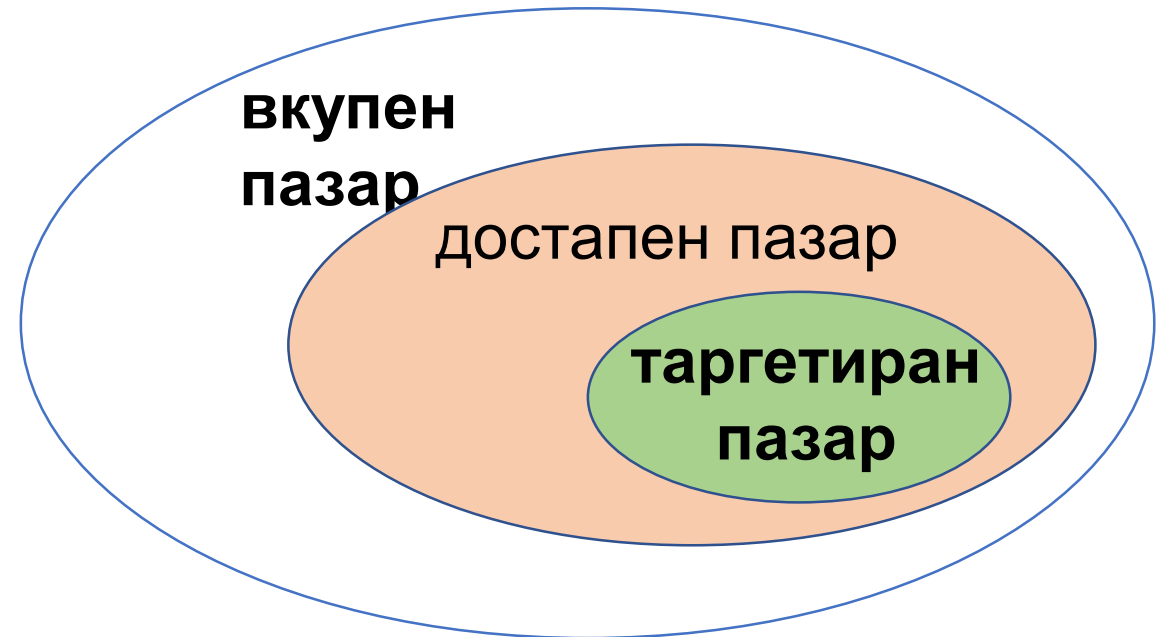
# Идеја на Steve Jobs за креирање „кул“ телефон

- 2007г. се појавува првиот iPhone на пазарот
- САД; Велика Британија; Норвешка, Шведска, Франција, Шпанија, Италија и Јужна Африка
- 2008 креирање на конкурентен оперативен систем: Android
- 2010г. појава на iPhone 4: проблеми со антената (сугестии од клиенти)
- Специјален настан на Apple во септември (почнувајќи од 2013г)

# Анализа на пазарот – активност на маркетингот



- Квантитативна и квалитативна анализа на пазарот;
- Големина на пазарот по обем и по вредност;



# ПРВ ЧЕКОР



географска  
сегментација

демографска  
сегментација



Сегментирање на



психографска  
сегментација

сегментација врз  
основ на однесувањето

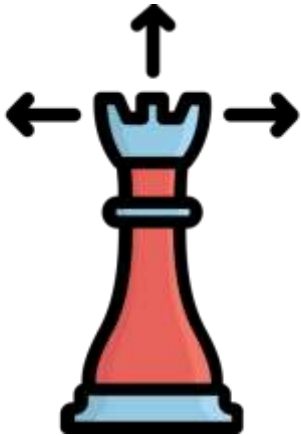




## ВТОР ЧЕКОР



- **Таргетирање на потрошувачите** – избор на сегмент/и од пазарот чии потрошувачи имаат потреби кои може да се задоволат со потребите на производот / услугата.



## ТРЕТ ЧЕКОР

- Креирање стратегија;
- Донесување одлуки за производ/услуга; цена; промоција и место **(4P)**

# Маркетинг микс – 4P (product, price, promotion, place)



- следење на потребите на потрошувачите;
- усовршување и промени кај производите;
- предвидување на идната побарувачка;
- фокус кон искуството на потрошувачите

- употреба на дигитален маркетинг;
- одржување на блиски врски со потрошувачите;
- испраќање пораки до потрошувачите



- проактивно однесување при поставување цени;
- употреба на цената да се обесхрабри влез на други компании;
- поставување на пазарни цени

- креирање партнерства со дистрибутерите;
- постојано барање на можности со кои ќе се намалуваат бариерите за влез на пазари;
- свест за откривање области каде има голема побарувачка

Традиционални промотивни активности	Модерни промотивни активности
Печатени медиуми	Вебсајт
Директна пошта	Банери
Телемаркетинг	<b>Социјални медиуми</b>
Радиодифузни медиуми	Видео маркетинг



# ONLINE маркетинг



Искористување на веб-базирани канали за ширење на порака за брендот, производите или услугите на компанијата до нејзините потенцијални клиенти.

Онлајн маркетерите постојано наоѓаат нови и иновативни начини за промовирање на производите/услугите.

Светски познати дигитални маркетери (претприемачи)

- Allen Gannett – Skyword
- Ann Smarty – SEOsmarty.com
- Jorn Lyseggen – Meltwater
- Chris Ducker – Youpreneur



## Маркетинг

- ориентиран кон потрошувачот
- водечка сила: пазарот
- пристап од горе кон надоле
- [сегментација; таргетирање; позиционирање]
- маркетинг микс (4P)
- формални системи на истражување



## Претприемачки маркетинг

- ориентиран кон иновации
- водечка сила: идејата
- пристап од доле кон нагоре: таргетирање на потрошувачи, а потоа се врши експанзија
- интерактивни маркетинг методи
- неформално вмрежување и собирање на информации



# Идеи за бесплатен дигитален маркетинг



креирај  
facebook  
профил



креирај  
twitter  
профил



креирај  
instagram  
профил



креирај  
facebook  
група



креирај  
pinterest  
профил



присуство  
на форуми



соработка со  
инфлуенсери

# Идеи за бесплатен дигитален маркетинг



креирај  
блог



гостувај  
на блог



напиши  
колумна



# Идеи за бесплатен дигитален маркетинг



креирај  
youtube  
канал



снимај  
презентации



снимај  
подкаст



одржувај  
вебинари



креирај  
видео курс

# Идеи за бесплатен дигитален маркетинг



испраќај билтен со mailchimp



директно комуницирај преку чат



креирај LinkedIn профил



креирај google-my-business страна



постирај огласи на релевантни страници

# Идеи за бесплатен дигитален маркетинг



мотивирај  
препораки



побарај критики  
и коментари



понуди  
попусти



поврзи се со  
партнерски бизниси

# Зошто маркетинг во претприемништвото?

- Бидејќи ниту еден потфат не може да расте и да се развива без пазарот на потрошувачи;
- Бидејќи е тешко и скапо да се донесе нов производ на пазарот;
- Да се разликува производот или услугата и дава значење и вредност на компанијата;
- Брзите промени во маркетинг активностите помагаат да се привлечат повеќе потрошувачи.

**„Тајминг, упорност и десет години обидување на крајот ќе направат да изгледа како успех преку ноќ“.**

**Биз Стон**, ко-основач на  
Twitter

**„Ако не сте засрамени од првата верзија на вашиот производ, предоцна сте го лансирале.“**

**Рид Хофман**, основач на  
LinkedIn

**Ви благодарам на  
вниманието**