

Marketing strategija zasnovana na kupcima (deo II, glava 8)



Predmet: Marketing u turizmu i hotelijestvu

Igor Kovačević, docent

Ekonomski fakultet Univerziteta u Beogradu

igor.kovacevic@ekof.bg.ac.rs



Zadatak 1:

Tema: Targetiranje porodice

1. Na koji način se destinacije i hoteli mogu spremati za targetiranje ovog segmenta
2. Koje su specifičnosti ovog segmenta

a) Vi se menadžer uspešnog rizorta na planini. Tokom leta nemate porodične goste. Definišite minimum 3 proizvoda kojima možete da privučete ovaj segment



Zadatak 2:

Tema: Životni stil i prilagođavnje hotela

1. Zašto hoteli sve više koriste životni stil kao osnov segmentacije
2. Na koji način hotelke kompanije koriste životni stil da bi dalje razvili svoje kapacitete i portfolio brendova
3. Navedite nekoliko primera hotelskih lanaca koji su uveli posebne brendove bazirane na životnom stilu, i na koji način su ih prilagodili (info pronađite na internetu)



Kratka pitanja za proveru znanja:

1. Navedite korake ciljanog marketinga
2. Koje su osnove segmentacije tržišta
3. Navedite primere psihografske i biheviornalne segmentacije u turizmu i hotelijerstvu
4. Uslovi da bi segmentacije bila uspešna
5. Kako se vrši izvor tržišnih segmenata
6. Koje su strategije nastupa na tržištu
7. Na koji način se diferencija proizvod u turizmu i hotelijerstvu
8. Šta su to mape percepcija