

Profesionalna prodaja (deo III, glava 15)



Predmet: Marketing u turizmu i hotelijestvu

Igor Kovačević, docent

Ekonomski fakultet Univerziteta u Beogradu

igor.kovacevic@ekof.bg.ac.rs



Zadaci prodaje

Prodaja je lična veza hotela/destinacije sa klijentima

- Traženje potencijalnih klijenata
- Targetiranje
- Komunikacija
- Prodaja
- Usluživanje
- Prikupljanje informacija



Zadaci prodaje

Prodaja je lična veza hotela/destinacije sa klijentima

- Traženje potencijalnih klijenata
- Targetiranje
- Komunikacija
- Prodaja
- Usluživanje
- Prikupljanje informacija
- Alokacija
- Održavanje strategijskih partnerstava



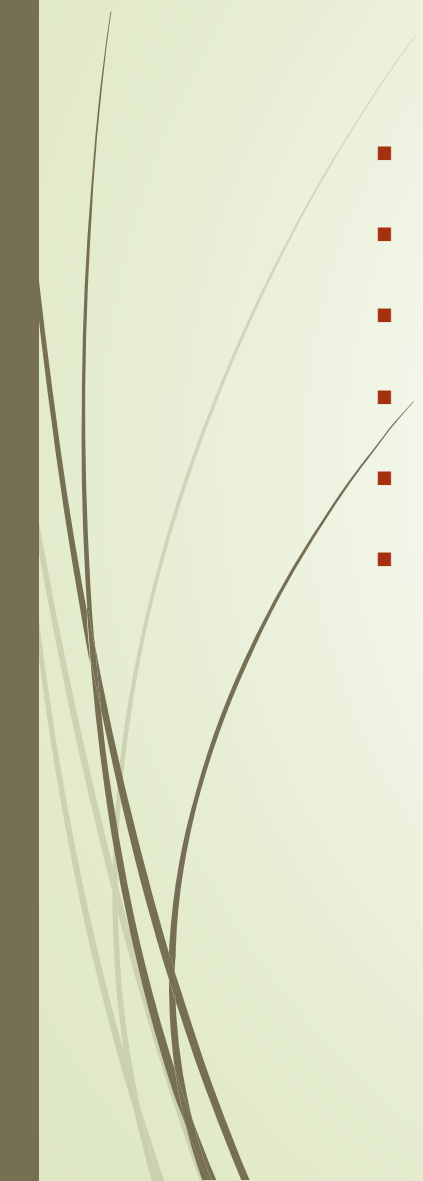
Konkurentski set

Tri faktora određivanja konkurentskog seta kod hotela

- Nivo performansi
- Vrsta proizvoda
- Tip menadžmenta (ugovor, franšiza ili nezavisan)



Ciljevi prodaje

- Obim prodaje
 - Prodaja skupljih proizvoda
 - Naknadna dodatna prodaja
 - Tržišno učešće
 - Penetracija tržišta
 - Pojedinačni proizvodi
- 



Struktura prodaje

- Teritorijalna
 - Tržišni segmenti
 - Tržišni kanali
 - Kupci
 - Kombinovana
- 



Organizacija prodaje

Stacionarna prodaja

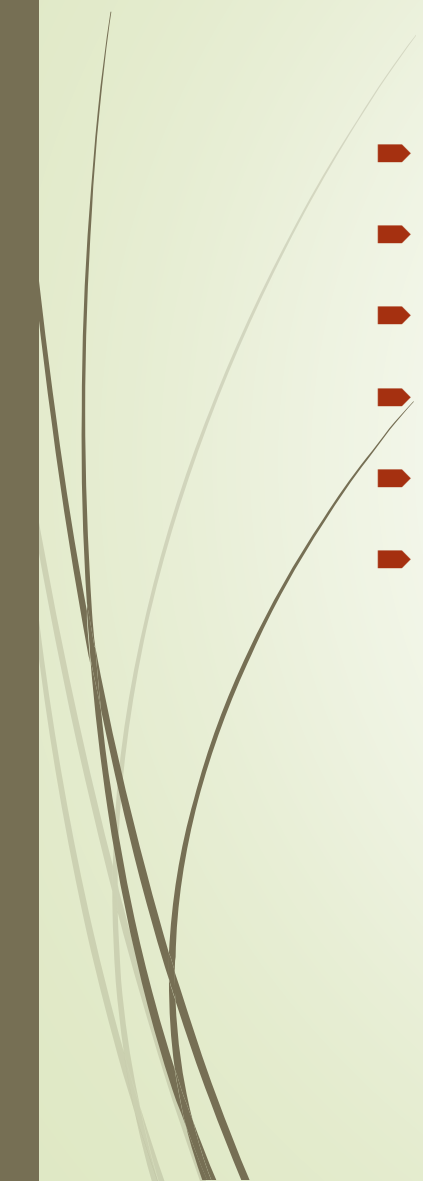
- Kroz bazu podataka
- Odeljenje rezervacije

Teresnka prodajna sila

- Prodajni menadžeri (provizija ili plata)
- Prodajni timovi

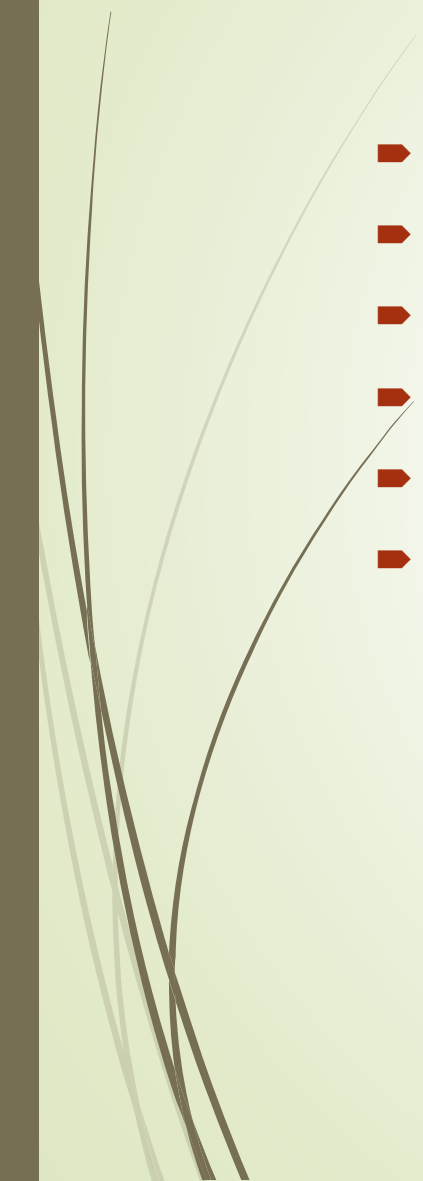


Strategije prodaje

- ▶ Sprečiti osipanje kupaca
 - ▶ Razvoj ključnih kupaca
 - ▶ Razvoj odabranih sporednih kupaca
 - ▶ Eliminisanje odabranih sporednih kupaca
 - ▶ Zadržavanje sporednih kupaca
 - ▶ Ugovaranje novih poslova sa novim kupcima
- 



Strategije prodaje

- ▶ Sprečiti osipanje kupaca
 - ▶ Razvoj ključnih kupaca
 - ▶ Razvoj odabranih sporednih kupaca
 - ▶ Eliminisanje odabranih sporednih kupaca
 - ▶ Zadržavanje sporednih kupaca
 - ▶ Ugovaranje novih poslova sa novim kupcima
- 

The Personal Selling Process

- Personal selling process consists of several steps that (Kotler and Armstrong, 2008).
- The objective of these steps is to get new customers and obtain orders from them.

The **7** steps include;

Prospecting

1. **Pre-Approach**
2. **Approach**
3. **Presentation and Demonstration**
4. **Handling objections**
5. **Closing the Sale**
6. **Follow-Up**



P2P prodaja i umrežavanje

Najefikasniji instrumenti prodaje

Treba neprekidno biti u kontaktu sa članovima zajednice

Promena prodaje usled rasta značaja društvenih medija

Hvala

Predmet: Marketing u turizmu i hotelijestvu

Igor Kovačević, docent

Ekonomski fakultet Univerziteta u Beogradu

igor.kovacevic@ekof.bg.ac.rs