

KROJAČEVA ŠKOLA



MTC

MANAGEMENT
TRAINING
CENTER

PRODAJA

ANALIZA

Analiza

analiza starogrčki glagol „analein“ rastvoriti

- koncept rastvaranja materije, misli ili bilo koje druge postavke na jednostavnije sestavne delove.



Analiza

čega?



Analiza

ko je izvodi?

- **analiza tržišta**
 - samostalna
 - angažovanjem agencija
 - kvalitativno
 - kvantitativno
- **analiza tržišta**
 - celo tržište
 - po regionima
 - po gradovima
 - urbano / ruralno
 - po industriji
 - ...



Analiza

ŠTA KLIJENTI / KUPCI HOĆE?

ŠTA RAZLIKUJE PROFESIONALCA OD AMATERA??

ZA SVAKI PROIZVOD / SERVIS / USLUGA, posebno istraživanje !!

- demografija
- probelemi, frustracije, izazovi
- ciljevi, motivacija
- vrednosti
- nivo sofisticiranosti
- glavni prigovori
- šta im je bitno kod proizvođača
- najbitnije koristi koje žele



Analiza

GDE ISTRAŽITI?

ŠTA RAZLIKUJE PROFESIONALCA OD AMATERA??

- reviews
- konkurencija
- forumi
- grupe na društvenim mrežama
- grupe okupljanja uživo (udruženja, aktivnosti...)
- LinkedIn, TikTok, Facebook, Instagram, YouTube...
- intervjui
- ankete
- kod postojećih klijenata



CILJ ANALIZE

mapa empatije klijenta / VIZUALIZACIJA

ŠTA MISLE I OSEĆAJU

šta im znači nade snovi strahovi

ŠTA KAŽU I RADE

motivacije ponašanje terminologija
žargon aktivnosti

FRUSTRACIJE

problemi izazovi prepreke bolna mesta

ŠTA ČUJU

... profesionalna mišljenja
... od drugih
koje su opcije

ŠTA VIDE

kako izgledaju
kako se osećaju dok koriste
kako ih okruženje doživljava

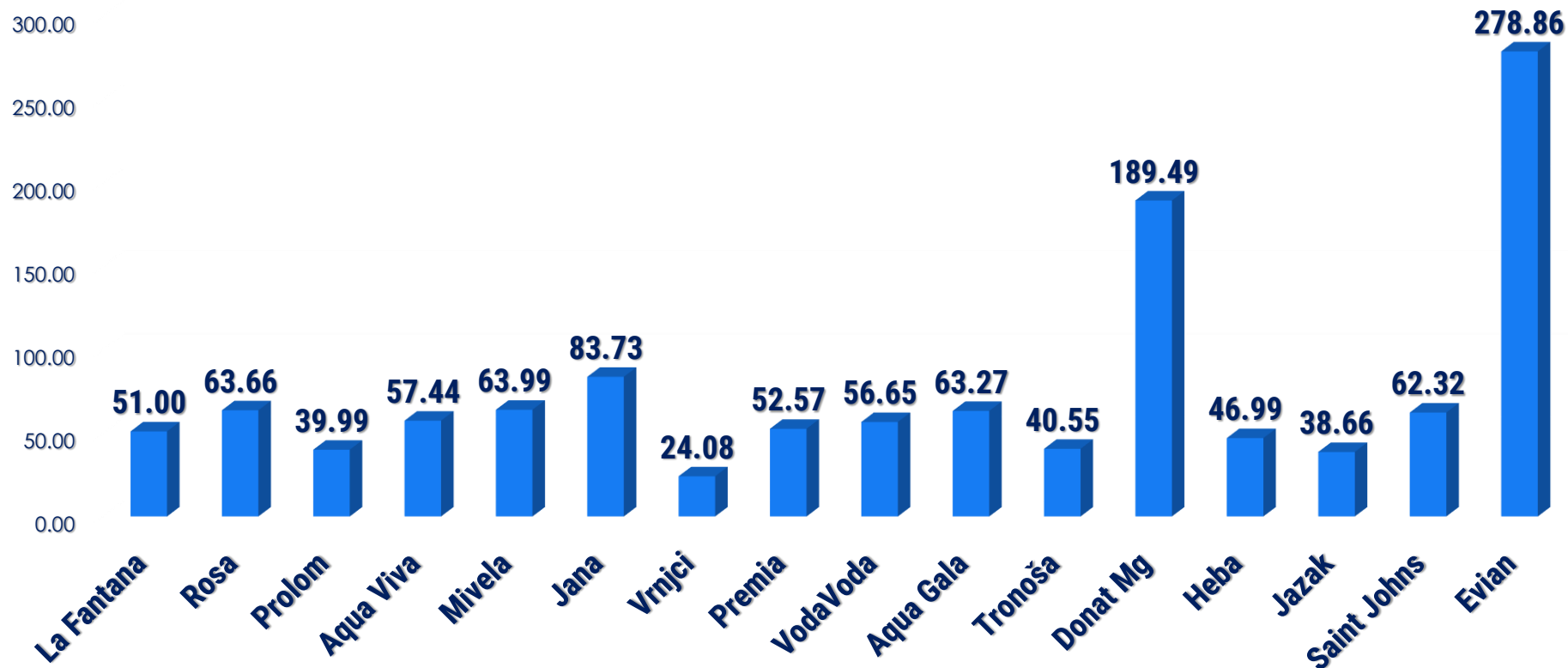
KORISTI

ciljevi uspeh potrebe
kako izmeriti uspeh

Analiza

konkurencije / tržišta

negazirana voda za piće po litri



Analiza

prethodnih trendova

	2016 YTD 2016	2017 YTD 2017	2018 YTD 2018	2019 YTD 2019
TOTAL	3,480,531	3,893,918	4,428,790	4,650,873
Prihod aparata za vodu	3,480,531	3,893,918	4,428,790	4,650,873
Fizička lica	432,783	442,247	452,087	466,432
pretplata	359,681	366,573	372,432	379,886
dodatna potrošnja	73,103	75,674	79,655	86,546
Pravna lica	3,047,748	3,451,671	3,976,703	4,184,441
pretplatni paketi	1,405,700	1,507,571	1,759,109	1,849,762
pretplata	1,211,084	1,305,674	1,456,787	1,498,764
dodatna potrošnja	194,616	201,897	302,322	350,998
nestandardni paketi	1,521,984	1,811,218	2,075,665	2,182,459
pretplata	1,126,553	1,402,859	1,598,776	1,674,553
dodatna potrošnja	395,431	408,359	476,889	507,906
iznajmljivanja aparata	120,064	132,882	141,929	152,220
pretplata	54,603	61,450	66,327	70,554
dodatna potrošnja	65,461	71,432	75,602	81,666

Analiza

kupca / klijenta

- analizirajte i ustanovite glavnu ili **unikatnu korist** koju vaš proizvod, usluga može dati potencijalnom kupcu
- analizirajte koji dogovori o isporuci postoji za proizvod ili uslugu, procenite koja bi bila **reakcija trenutnog dobavljača** ukoliko bi njihov poslovni odnos s kupcem bio ugrožen
- analizirajte šta je **konkurencija** u stanju da ponude
- saznajte i analizirajte „**decision maker-a**“ kod kupca, probajte pronaći nekog ko ima uticaj na tu osobu
- istražite i analizirajte **politiku poslovanja** kupca
- analizirajte koji su **strateški problemi kupca**, ciljevi, prioriteti, a ukoliko niste u stanju saznati to, analizirajte koji su **problemi** generalno na tržištu **vašeg kupca**



Analiza

TRŽIŠTA - PEST

political	economic	social	technological	legal	enviromental
P	E	S	T	L	E
-državna stabilnost -poreska politika -infrastruktura	-ekonomski rast -inflacija -monetarna politika -kadrovski potencijal	-demografija -nivo obrazovanja -standard	-transfer tehnologija -R & D mogućnosti -komunikacioni kanali	-zakoni -pravna praksa	-briga o prirodi -klimatske promene -obnovljiva energija

Analiza

internih RESURSA - VRIO

valuable	rare	inimitable	organized
V	R	I	O
vredno	retko	neponovljivo	organizovano

Analiza

internih RESURSA - VRIO



Analiza

DELATNOSTI - Porterova

5 sila za analizu atraktivnosti delatnosti

konkurenti

stanje
tržišta

supstituti

mogućnost
zamene

potencijalni
konkurenti

opasnost
od dolaska

konkurentske sile koje
određuju atraktivnosti
delatnosti

dobavljači

pregovaračka
snaga dobavljača

kupci

pregovaračka
snaga kupca

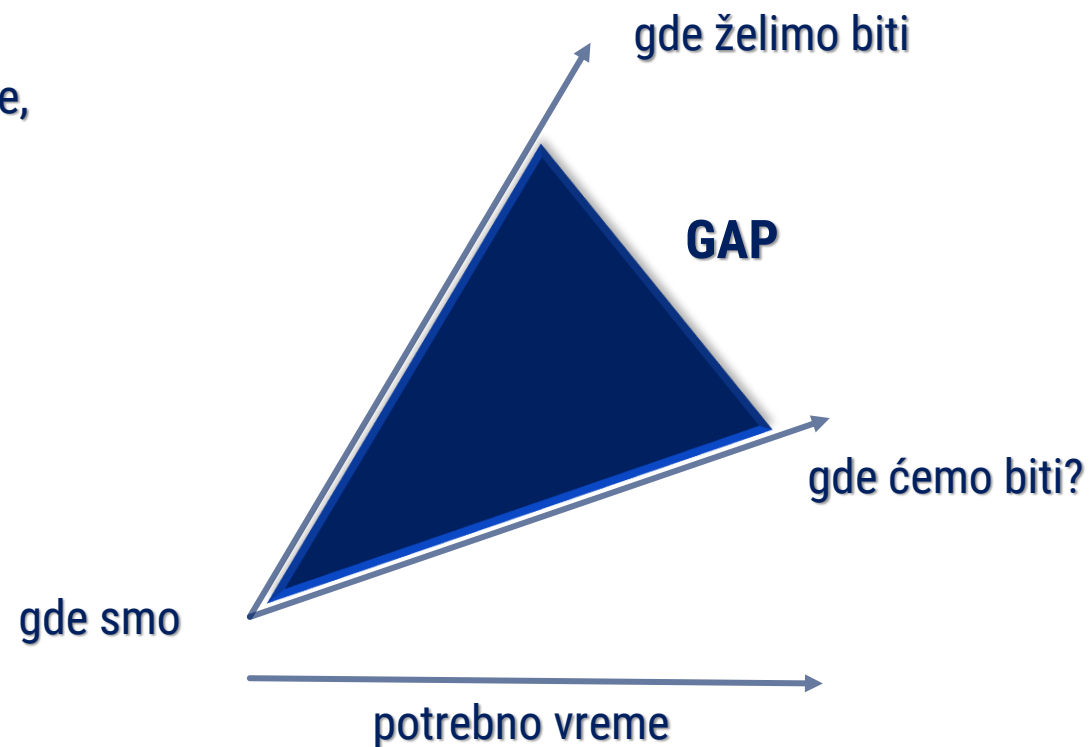
Analiza

rezultata - GAP

GAP analiza identifikuje razliku izmedju trenutne pozicije, željene pozicije i pozicije gde ćemo verovatno biti.

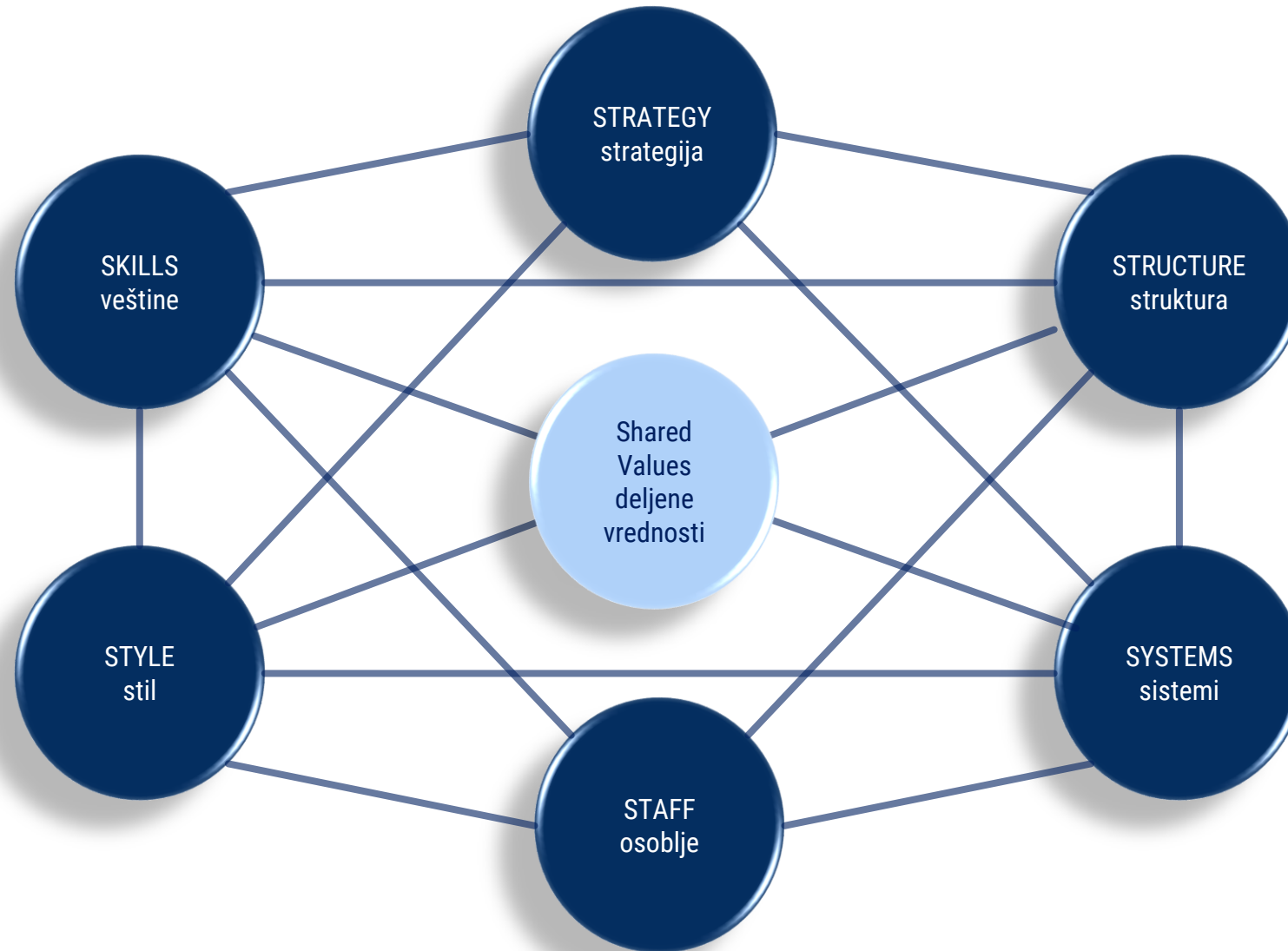
Razlika između željene pozicije i pozicije gde ćemo verovatno biti je GAP (eng. procep, razlika, odstupanje).

Analizom razloga GAP-a, stvara se prostor za smanjenje ili ublažavanje razlike ili GAP-a.



Analiza

McKinsey 7S



Analiza

PLANOVA, PROIZVODA - SWOT

SNAGA i SLABOSTI - interni faktori koji se mogu kontrolisati i na njih se može uticati.

MOGUĆNOSTI i PRETNJE - eksterni faktori koji se ne mogu kontrolisati ali se može pripremiti adekvatan odgovor.

Alat za planiranje koji se koristi za analizu postojećeg stanja.

SWOT analiza je idealna za razumevanje i donošenje odluka u najrazličitijim situacijama.

INTERNI

Strenght
SNAGA

Weaknesses
SLABOSTI

Opportunities
ŠANSE

Threats
PRETNJE

EKSTERNI

Analiza

Case Study



Problem u poslovanju – popunjeni kapaciteti nedovoljni prihodi

Analizom, uočavaju dve grupe članova

1. bodi bilderi
2. standardni članovi

donose odluku da izbace bodi bildere??!

- izbacuju velike težine tegova
- uklanjaju ogledala

Pokreću agresivnu kampanju za nove članove

Broj članova se povećava, zadržavanje u prostorijama teretane se smanjuje

92% članova kad uplate, dođu jednom ili dva puta i redovno produžuju članstvo

Analiza

PRAVILO 4A

AIM - CILJ – šta se želi postići rezultatima analize?



ASSESS - PROCENA – da li je analiza sama sebi cilj ili ima primenu (procenu)



ACTIVATE – AKCIJA - identifikovati jake strane i koristiti ih kao prednost



APPLY - PRIMENA – preduzmi mere





PITANJA?

NARUČI knjigu „Akademija Prodaje“ sa 20 modula, detaljnim opisom programa i mnogo primera:

mail na: office@mtc.edu.rs

