



CENTAR ZA EDUKACIJU I  
SAVJETOVANJE SUNCE

# „POTAKNIMO KUPNJU PROIZVODA- OSNOVE MARKETINGA ZA POČETNIKA“

centar za edukaciju  
i savjetovanje



Švicarsko - hrvatski  
program suradnje



VLADA REPUBLIKE HRVATSKE  
Ured za udruge

# ŠTO JE MARKETING

- Vrlo jednostavno: marketing je karika koja spaja kupca i prodavača
- To je proces kojim ono čime se bavite prezentirate kupcima! Ovaj proces predstavljanja Vaših usluga i/ili proizvoda kupcu podrazumijeva korištenje određenih strategija
- Bitno je da znate 'kome' želite prodati, to jest 'tko' želi kupiti Vašu uslugu i/ili proizvod. Trebate "razumijeti,, Vašeg kupca kako biste utvrdili što Vaša ciljana populacija treba



# ŠTO JE MARKETING?

---

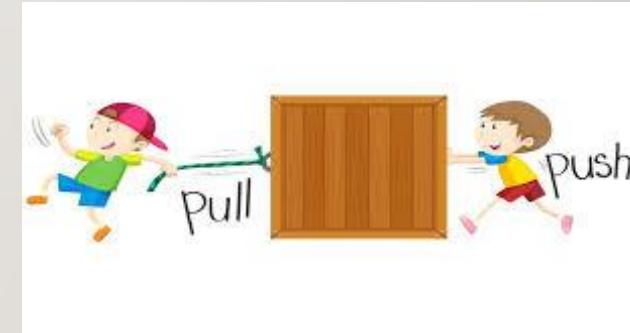
- Marketing aktivno učestvuje u stvaranju potreba i želja, naročito želja. Naravno, marketing nije jedini faktor koji doprinosi stvaranju potreba i želja, ali svakako u tom procesu učestvuje, što kroz razvoj novih proizvoda i usluga, što kroz promotivne aktivnosti. Zapravo, najpravilnije bi bilo reći da marketing „provocira“ potrebe i da aktivno učestvuje u stvaranju želja.



# KAKO MARKETING UTJEĆE NA PRODAJU?

---

- Zadovoljavanjem potreba kupca, te post prodajnom politikom, stvarate dugotrajnu lojalnost kod kupaca i time porast potražnje za Vašim proizvodom i/ili uslugom.
- Vaš proizvod i/ili usluga trebaju biti unikatni u svakom pogledu. I to ne samo po karakteristikama i cijeni, već i dostupnosti, dizajnu i slično, te pružati kupcima određenu dodatnu vrijednost kako biste stvorili njihovu lojalnost.
- Da biste zadovoljili potrebe tržišta koje se konstantno mijenjaju, morate pratiti konkurenциju i njihovu strategiju prodaje i proizvode i usluge.
- Također, trebate pratiti i nove trendove na tržištu, dakle sve tehnološke novosti.



## POZITIVNA OBILJEŽJA REKLAMA

---

- Reklame mogu slati poruku koja korisnicima može biti vrlo korisna.
- Reklame mogu informirati o nekom proizvodu, cijenama ili akcijama.
- Reklame mogu biti humanitarne i na taj način pomagati onima kojima je pomoć potrebna.
- Reklame mogu poticati međuljudsku suradnju i toleranciju.
- Reklame mogu biti zabavne i smiješne.



---

## NEGATIVNA OBILJEŽJA REKLAMA

Reklame mogu manipulirati.

Reklame mogu lažno prodavati proizvode.

Reklame mogu zanemariti kulturne, moralne i obiteljske vrijednosti.

Reklame mogu omalovažavati određeni stil života.

**Oglasna poruka ne smije se pojavljivati na objektima i pripadajućem zemljištu u kojima se obavlja zdravstvena, odgojna ili obrazovna djelatnost; panoima, tablicama, naljepnicama ili svjetlosnim natpisima koji su od vrtića i škola udaljeni najmanje 300 metara; priredbama; tisku; elektronskoj publikaciji i TV emisijama koje su, u prvom redu, namijenjene maloljetnicima.**

Oglesi ne smiju zlorabiti djetetove potrebe, osjećaje i povjerenje prema obitelji i vršnjacima.

U oglasnim porukama **ne smije se iskorištavati posebno povjerenje koje maloljetnici imaju u roditelje, nastavnike i druge osobe te nerazumno prikazivati maloljetnike u opasnim situacijama.**

Našim zakonodavstvom **nije dopušteno oglašavanje u kojem se žene i muškarci prikazuju na uvredljiv ili ponižavajući način**, s obzirom na spol ili spolno opredjeljenje. Općenito diskrimacija bilo koje vrste nije dopuštena.

# REKLAME - PRILIKOM OSMIŠLJAVANJA REKLAME ZA SVOJ PROIZVOD

- ▶ Da li me je reklama ostavila bez daha kada sam je prvi put video/čuo?
- ▶ Da li razmišljam o tome što sam video/čuo u reklami?
- ▶ Da li je reklama jedinstvena - originalna?
- ▶ Da li ona u potpunosti odgovara marketing strategiji?
- ▶ Da li bi se mogla koristiti i u narednih 30 godina?

**... S druge strane, cilj reklamne kampanje je da se, uz racionalno trošenje novca, informira što više ljudi i privuku novi klijenti.**

# 9 KORAKA DO USPJEŠNE REKLAME

- Slijedite vašu ciljnu grupu
  - Istaknite svoju prednost u odnosu na konkurenciju
  - Izgradite imidž
  - Morate trošiti novac kako biste ga zaradili
  - Postavite reklamu na pravim mjestima
  - Preoblikujte
  - Ne pokušavajte biti „Sve za svakoga,,
  - Testirajte svoje reklame unaprijed
  - Analizirajte



www.shutterstock.com : 78701023

# REKLAMNE TEHNIKE

---



1. Preporuka poznate osobe
2. Glas stručnjaka
3. Znanstveni dokazi
4. Demonstracije
5. Privlačnost
6. Zabava
7. Pristup popularnosti
8. Pristup jedinstvena prilika

# KREIRANJE OGLASA

---

- Pri kreiranju oglasa veliku važnost ima odabir boja. Naime, upravo se boje smatraju vrlo korisnim i moćnim marketinškim alatom. Istraživanja su pokazala da odabirom određene boje oglašivači mogu kod potrošača - a to smo svi mi - izazvati različite učinke. Svaka boja djeluje na drugačiji način.



# BOJE U OGLASIMA

## CRVENA

simbolizira opasnost, strast, uzbudjenje, snagu i brzinu. Ukazuje na važan događaj, često se koristi kod oglašavanja brze hrane.



## PLAVA

simbolizira osjećaj povjerenja, sigurnosti i pouzdanosti. Često se koristi u reklamama za uređenje ureda.



## ŽUTA

simbolizira toplinu, veselje i sreću.



## NARANČASTA

simbolizira razigranost, toplinu i veselje. Po karakteristikama vrlo je slična žutoj boji.



## ZELENA

simbolizira prirodu, zdravlje, smirenost, rast i obilje. U trgovinama opušta kupce. Često se koristi za reklamiranje ekoloških tema.



## LJUBIČASTA

simbolizira otmjenos, mudrost i duhovnost. Često se koristi za kozmetičke proizvode namijenjene ljepoti i pomladivanju.



## ZLATNA

simbolizira prestiž i luksuz.



## SREBRNA

simbolizira prestiž i hladnoću.



## BLJELA

simbolizira čistoću, mladost i sigurnost.



## CRNA

simbolizira sofisticiranost, autoritet, moć i elegantnost. Često je simbol inteligencije.



Ivor: <http://www.printera.hr/psihologija-boja-u-marketingu/>

- Prezentacija je nastala u sklopu programa „**Sinergija održivog razvoja i poduzetničke aktivnosti u školskim klupama**“ kojeg sufinancira Ured za udruge Vlade Republike Hrvatske u sklopu Švicarsko - hrvatskog programa suradnje.
- Stajališta izražena u ovoj prezentaciji isključiva su odgovornost Centra za edukaciju i savjetovanje Sunce i ne odražavaju nužno stajalište Ureda za udruge Vlade Republike Hrvatske.



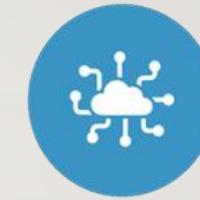
CENTAR ZA EDUKACIJU I  
SAVJETOVANJE SUNCE



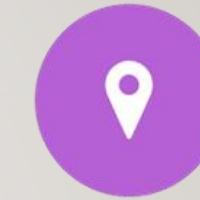
ALBAHARIJEVA 2



10 000 ZAGREB



[WWW.TI-SI-SUNCE.HR](http://WWW.TI-SI-SUNCE.HR)



[WWW.FACEOOK.COM/CE  
NTARSUNCE](http://WWW.FACEOOK.COM/CENTARSUNCE)

# HVALA NA PAŽNJI!

---

Travanj 2020.

centar za edukaciju  
i savjetovanje



Švicarsko - hrvatski  
program suradnje



VLADA REPUBLIKE HRVATSKE  
Ured za udruge