

Prva akademija prakse trženja



[Sabina Petrov](#)
sabina.petrov@finance-on.net

Na prvi akademiji od štirih se bodo udeleženci posvetili zniževanju stroškov trženja

Prihodnji torek bo v Ljubljani prva akademija prakse trženja, ki jo organizira [Časnik Finance](#). V vsem letu se bodo zvrstile štiri trženjske akademije. Vsebina prve je zniževanje stroškov trženja, pri preostalih pa bo poudarek na vodenju trženja, osebnem trženju in prihodnjih kupcih.

Namen akademije prakse trženja je dvigniti raven trženjskega znanja in prispevati k boljšim rezultatom podjetij, je povedal trženjski strokovnjak in programski vodja akademije [Niko Slavnič](#). "Z njo želimo spodbuditi pretok znanja, idej, predlogov ... med ljudmi, ki delajo v trženju in prodaji, ter prispevati k reševanju glavnih izzivov v trženju," je dodal.

Najprej o stroških trženja

Med zadnje sodi zniževanje stroškov trženja, kar bo vsebina prve akademije. "To je vprašanje, s katerim se ves čas ukvarjajo tako uprave največjih podjetij v Sloveniji kot tudi podjetniki. Ob tem pa tržniki istih podjetij po drugi strani ugotavljajo, da razpoložljivi trženjski proračun ne zadošča za financiranje vseh potrebnih dejavnosti. Razmere na trgu se spreminjajo, klasično množično oglaševanje ima vse manjši učinek, zato je treba poiskati učinkovitejša orodja komuniciranja," je dodal.

Bolj usmerjenoneposredno trženje

Eno takšnih je neposredno trženje, ki se vse bolj uveljavlja tudi v Sloveniji. "Vendar pa je po moji oceni premalo usmerjeno. Je sicer učinkovitejše od oglaševanja, kljub temu pa se je ob denimo dvoidstotnem odzivu na neposredno trženje treba vprašati, ali je to res odličen rezultat in kaj je z 98 odstotki zavrženega gradiva," pravi sogovornik.

Izhajati je treba iz kupca

Ključ do učinkovitega trženja je v osredotočenosti na kupca. Koncept je treba na novo opredeliti, pravi Slavnič. "Da se ne vrtimo več okoli izdelka, ki bi ga radi prodali, temveč izhajamo iz kupca in njegovih potreb. Vprašati se moramo, kdo je naš kupec, kateri je naš ciljni trg, kakšne so resnične, izražene, neizražene in skrivne potrebe kupcev in podobno. Poleg tega je trženjske dejavnosti treba uskladiti in se hkrati zavedati, da je oglaševanje podpora trženju," je poudaril.



Kako znižati stroške trženja, je vprašanje, s katerim se ves čas ukvarjajo tako uprave največjih podjetij v Sloveniji kot tudi podjetniki, pravi trženjski strokovnjak in programski vodja akademije prakse trženja **Niko Slavnič**.

Udeležencem akademije diplome

Medtem ko je vsebina prve akademije prakse trženja zniževanje stroškov trženja,

bo pri preostalih poudarek na vodenju trženja, osebnem trženju in prihodnjih kupcih. Vsi, ki se bodo udeležili vseh štirih akademij in rešili vse praktične naloge - tako na seminarju kot doma -, bodo ob koncu prejeli diplomo, da so opravili akademijo prakse trženja, je povedal Niko Slavnič.