

Çfarë duhet të bëjnë NMVM-të?

A duhet të shesin apo të bëjnë marketing?

Një Qasje Praktike për Ndërmarrjet Mikro, të Vogla dhe të Mesme (NMVM)

ÇFARË ËSHTË SHITJA? ÇFARË ËSHTË MARKETINGU?

- **Qasja kryesore e shitjes:**
- Klientët duhet të “trazohen” nga disa aktivitete të shitjeve. Synimi kryesor është rritja e shitjeve. Qëllimi kryesor është rritja e profitit.



ÇFARË ËSHTË SHITJA? ÇFARË ËSHTË MARKETINGU?

- **Qasja kryesore e marketingut:**
- Nëse realizohen kërkime tregu për klientët (potencial) dhe nevojat e tyre, për prodhimin/prokurimin e mallrave ose shërbimeve, për mënyrat e promovimit dhe për format e transportit, atëherë procesi përkufizohet si marketing. Qëllimi kryesor është të realizimi i fitimit përmes kënaqësisë së klientit.



**KËNAQËSIA E
KLIENTIT**



PROFITI

KU ËSHTË FOKUSI?

SHITJET

FOKUSI



PRODUKTET/
SHËRBIMET

MARKETINGU

FOKUSI



KËNAQËSIA E
KLIENTIT

SHITJET: PIKA FILLESTARE DHE PROCESI



SHITJET

- Produkti është pika e nisjes.
- Objektivi strategjik është shitja e produktit përmes bindjes ose instrumenteve të ndryshme të shitjes.
- Fokusi është afatshkurtër: Arritja e objektivave të shitjeve të periudhës (ditore, mujore, vjetore). Periudha e ardhshme, qoftë afatmesme ose afatgjatë është një tjetër histori që nuk na intereson për momentin.

MARKETINGU: PIKA FILLESTARE DHE PROCESI



MARKETINGU

- Fokusi është tek identifikimi i nevojave:
 - të tregut të synuar
 - të klientëve të mundshëm
 - të njohura për tregun/klientin
 - të panjohura për tregun/klientin
- Oferta nuk është "ajo që shet shitësi, por ajo që i nevojitet klientit".
- Hulumtimi i tregut është pjesë e procesit
- Në disa raste, nevojitet realizimi aktivitetëve të ndryshme për të krijuar kërkesë.
- Klienti nuk është i kënaqur vetëm me aktivitetet e shitësit për të shitur, por kërkon një qasje të integruar duke filluar nga vlerësimi i nevojave deri tek nevojat pas shitjes.

KONCEPTI I SHITJES



Produkti



Tregu



Konsumat
orët në
treg



Kompania

- me gamën e produkteve të saj
- me stafin e saj
- me teknologjinë e saj



Teknologjia



Mënyra e vetme për t'u përmirësuar (për ta rritur fitimin) është ose përmes rritjes së shitjeve ose uljes së kostove.



TË PANDRYSHUARA

KONCEPTI I MARKETINGUT



Produkti



Tregu



**Konsumat
orët në
treg**



Kompania

- me gamën e produkteve të saj
- me stafin e saj
- me teknologjinë e saj



Teknologjia



Përmes inovacionit dhe marketingut të integruar arrihet kënaqësia e klientit dhe kështu rritet fitimi.

VAZHDIMISHT TË NDRYSHUESHME

CILI ËSHTË SYNIMI, PERIUDHA DHE QËLLIMI?

SHITJET

SYNIMI



RRITJA E HISËS SË
TREGUT

PERIUDHA



AFATSHKURTËR

QËLLIMI



FURNIZIMI ME
PRODUKTE/SHËRBIME

MARKETINGU

SYNIMI



BESNIKËRIA NDAJ
BRENDIT DHE RRYTJA E
KOSTOVE TË NDËRRIMIT

PERIUDHA



AFATGJATË

QËLLIMI



OFRIMI I VLERËS



KUSH ËSHTË PËRGJEGJËS PËR MARKETINGUN?

- Marketingu është një çështje strategjike
- Strategjia është përgjegjësi e pronarit të NMVM-ve
- Shitjet janë një funksion operacional dhe mund t'u delegohen vartësve
- Marketingu duhet të mbahet brenda përgjegjësisë së pronarit

CILA ËSHTË PËRGJEGJËSIA E PRONARIT TË NMVM-ve PËR MARKETING?

- Përcaktimi i nevojës së tregut
 - Përcaktimi i segmenteve të klientëve të synuar
 - Dizajnimi i produktit/shërbimit ose kontraktimi i palëve të jashtme për këtë aktivitet
 - Hartimi e strategjisë së çmimeve
- Përzgjedhja e kanaleve të shpërndarjes
 - Dizajnimi i komponentëve të marketingut
 - Duke u bërë Ekspert i Marketingut Digjital
 - Implementimi i aktiviteteve promociionale
 - Planifikimi i shërbimeve pas shitjes