Teme za završni rad 2015./2016.

Upravljanje prodajom 4.d

|  |
| --- |
| 1. Pojam i zadaće osobne prodaje |
| 1. Distribucijski kanali i poslovna logistika na primjeru poduzeća X |
| 1. Strategija pridobivanja kupaca |
| 1. Proces kupovanja |
| 1. Kupčevo ponašanje |
| 1. Stvaranje baze i razvrstavanje mogućih kupaca |
| 1. Strategija predstavljanja |
| 1. Unaprijeđenje prodaje na primjeru poduzeća x |
| 1. Mogućnosti unapređenja prodaje u informacijsko doba |
| 1. Prodajna demonstracija |
| 1. Prodajna sila (upravljanje sobom i drugima ) |
| 1. Važnost strategije uspostavljanja poslovnih odnosa |
| 1. Model strateško savjetodavne prodaje |
| 1. Partnerstvo kao najkvalitetniji prodajni odnos između proizvođača i kupca |
| 1. Oblici strategije uspostavljanje poslovnih odnosa |
| 1. Pojam, svrha i funkcije unapređenja prodaje |
| 1. Metode unapređenja prodaje usmjerene na kupce |
| 1. Metode unapređenja prodaje usmjerene na prodajni prostor |
| 1. Telemarketing ili teleprodaja |
| 1. Elektronička (online) prodaja |
| 1. Upotreba softvera za upravljanje odnosa s kupcima |

Mirta Došen, mag.oec.