

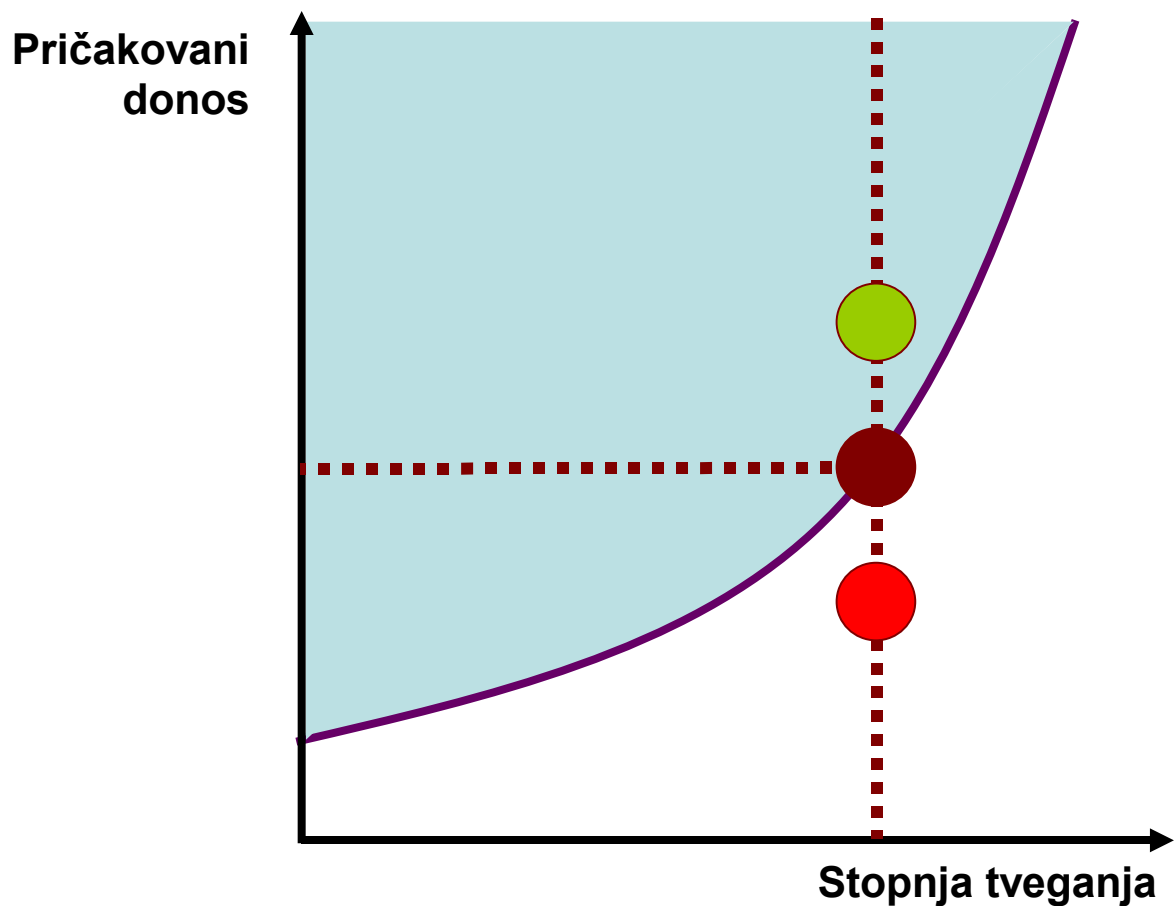


Pogled investitorja na marketinško učinkovitost v (slovenskem) gospodarstvu

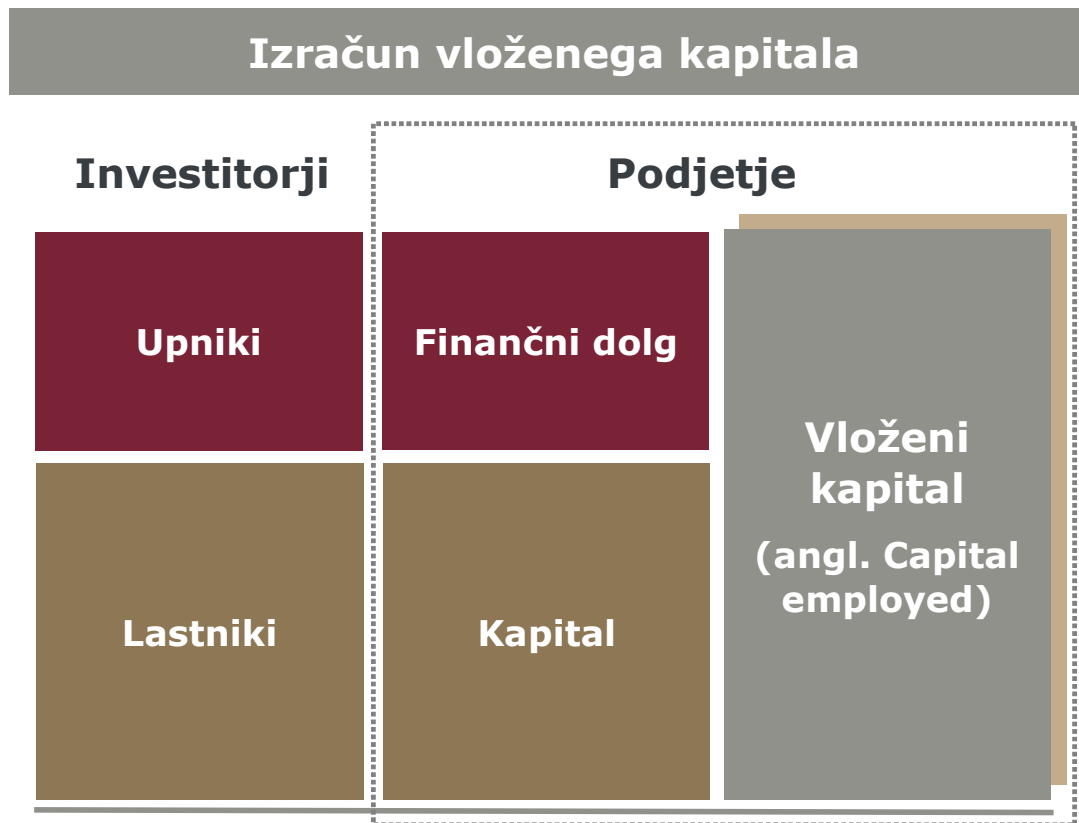
mag. Branko Greganovič
Svetovalec predsednika Uprave, Istrabenz Holding

Portorož, 29. maj 2007

Investirati je tvegano



Investirati je drago



Cilj je ekonomska vrednost, ne velikost podjetja

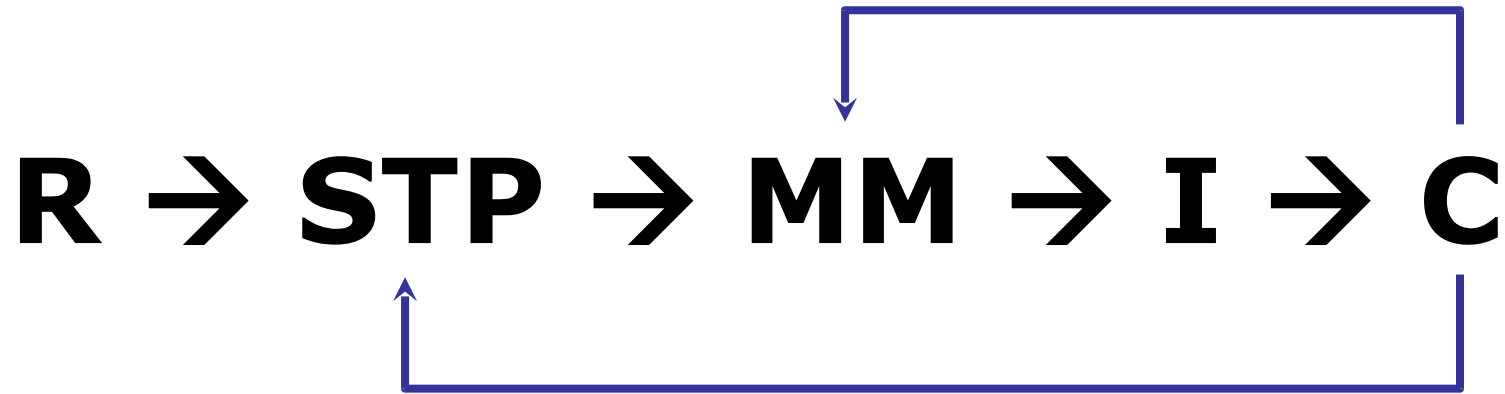
LASTNIŠKI KAPITAL NI ZASTONJ!!

Donos na vložena sredstva > Povprečni strošek kapitala
ROCE > WACC

Ekonomska vrednost = NOPAT – Povprečni strošek kapitala



Marketing



- R = Research / Tržne raziskave
- STP = Segmentation, targeting, positioning
Segmentacija, ciljanje, pozicioniranje
- MM= Marketing mix / tki. 4P: product, price, place, promotion
- I = Implementation / Implementacija
- C = Control / Zagotovitev povratnih informacij, ovrednotenje rezultatov in popravki ali izboljšave STP strategije in MM taktike

Investiranje in marketing



Investiranje in STP

R → STP → MM → I → C

- V katere tržne segmente bomo investirali?
- Kako veliki so segmenti v katerega investiramo?
- V kateri življenjski fazi so naši tržni segmenti in kako hitro rastejo?
- Kdo so konkurenti in kolikšen je naš tržni delež?
- Kdo so potrošniki, ki sestavljajo segment in kaj je naša konkurenčna prednost ali "*unique selling proposition*"?
- Zakaj bo potrošnik izbral naš proizvod in ne proizvoda našega konkurenta?

Investiranje in kontroling

R → STP → MM → I → C

- **Donosnost, donosnost, donosnost!!**
- **Pomen določitve zahtevane donosnosti (WACC)**
- **Donosnost vsake dimenzije poslovanja in ne samo agregatna donosnost**
- **Ekonomska vrednost in ne računovodski rezultati**

**Kategorije / blagovne
znamke / produkti /
artikli (SKU)**

**Geografski
trgi**

**Distribucijski
kanali**

Zakaj marketing ne deluje?

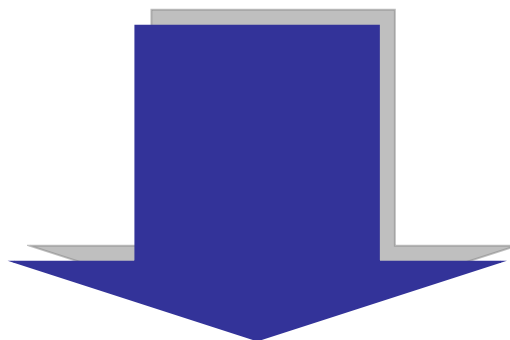
- **Sistemi nagrajevanja in kadrovske selekcije**
 - delujejo proti kreiranju ekonomske vrednosti in
 - generirajo konflikte med lastniki in menažmentom.

MENAŽMENT NAGRAJEN ZA REALIZACIJO CILJEV, KI NE PRISPEVAJO H KREIRANJU EKONOMSKE VREDNOSTI

CILJ JE VELIKOST (PRIHODKI, INVESTIRANJE) IN NE PROFITABILNOST (KREIRANJE EKONOMSKE VREDNOSTI)

Rešitev

- **Interese menažmenta poravnati s kreriranjem ekonomske vrednosti oziroma z interesi lastnikov.**



VALUE BASED MANAGEMENT