

Tomaž Arh, Atlantic grupa

Nujnost integracije marketinga in R&D za doseganje večje konkurenčnosti

Primer Argeta

Javna skrivnost poslovnega uspeha

- ✓ Trgi postajajo vse bolj zreli in zasičeni.
- ✓ Podjetja delujejo lokalno, regionalno ali globalno, kjer je njihova **konkurenčna prednost** odvisna od **operativne odličnosti** pri učinkovitem **upravljanju z blagovnimi znamkami**:
 - ✓ moči tržnih konceptov,
 - ✓ kontrole stroškov poslovanja,
 - ✓ sposobnosti upravljanja oskrbovalnih verig (SCM),
 - ✓ učinkovitosti upravljanja odnosov s strankami (CRM),
 - ✓ hitrosti,
 - ✓ odzivnosti,
 - ✓ ...

Nujni pogoji učinkovitega upravljanja z blagovnimi znamkami

LASTNIKI

- ✓ zahtevani cilji



VODSTVO

- ✓ strategija podjetja
- ✓ organizacija podjetja



ZAPOSLENI

- ✓ poslovna strategija
- ✓ taktični plan

Do 2007 je bilo takole:

Organiziranost po poslovnih funkcijah

UPRAVA

FINANCE



PROIZVODNJA



PRODAJA



MARKETING



Potem se je spremenilo:

Organiziranost po poslovnih programih

UPRAVA

DELIKATESNI NAMAZI



PIJAČE



TOPLI NAPITKI



PRIGRIZKI



Prodaja, Finance, HR, IT so podporne funkcije

Še ena javna skrivnost poslovnega uspeha

ZVIŠUJ PRIHODKE

- ✓ višaj ceno
- ✓ večaj prodajo

- ✓ surovine
- ✓ embalaža
- ✓ proizvodni proces
- ✓ marketing

ZNIŽUJ ODHODKE

Velikost vpliva

PRODAJNA CENA IZDELKA

PROIZVODNI STROŠKI

STROŠKI MARKETINGA, PRODAJE IN DISTRIBUCIJE

STROŠKI SKUPNIH SLUŽB

OSTALI STROŠKI (DELO, AMORTIZACIJA)

V iskanju win-win situacije...

- ✓ marketing je odgovoren za dobiček
- ✓ zadovoljevati potrebe izbranega ciljnega potrošnika

...se združita marketing in R&D

Organiziranost znotraj programa

DELIKATESNI NAMAZI

SEKTOR MARKETING

- ✓ marketing
- ✓ R&D

SEKTOR OPERACIJE

- ✓ nabava
- ✓ proizvodnja

Marketing

R&D



Program "socializacije"



**Marketing – finančno
razmišljanje**

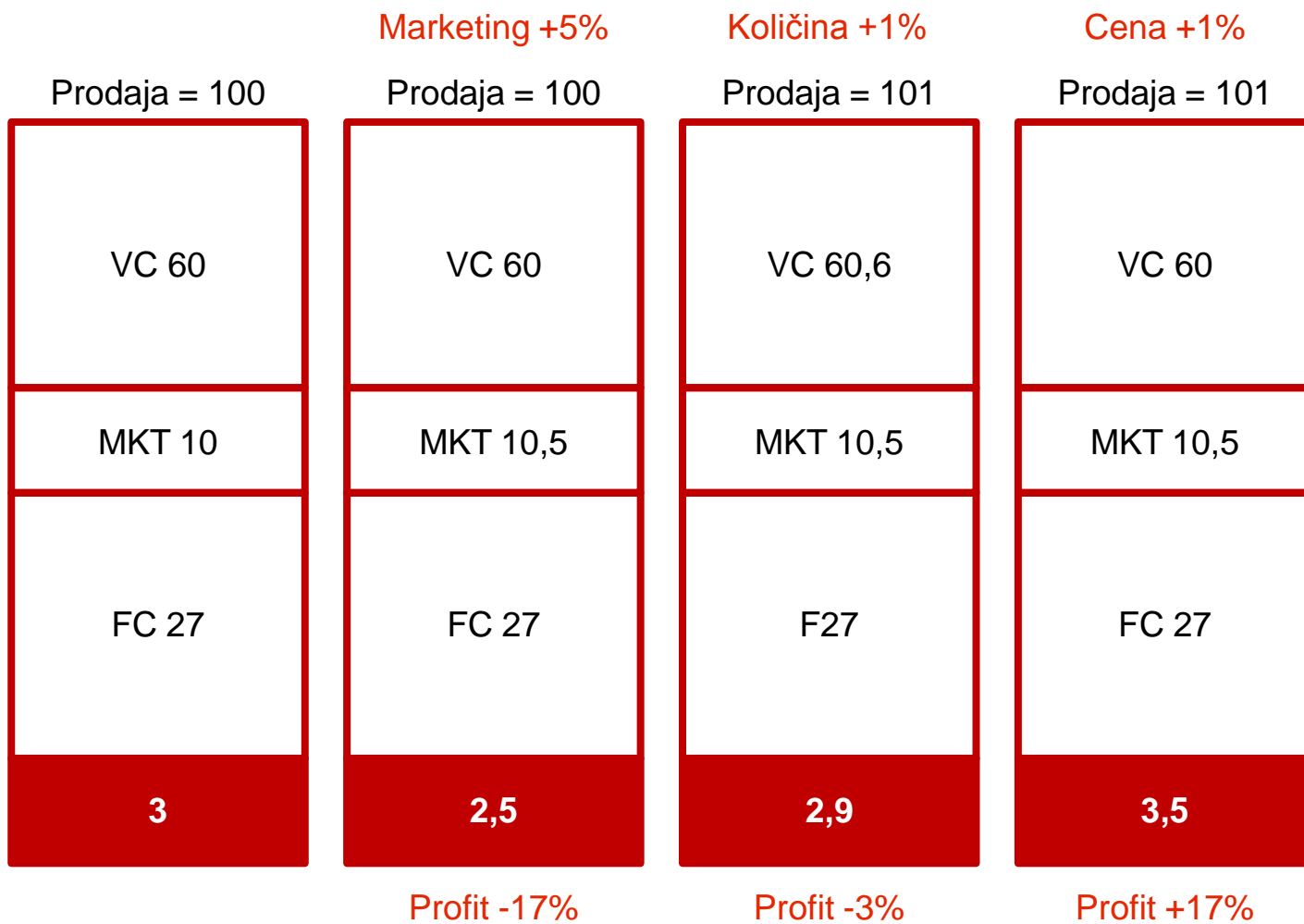


**R&D – vživljanje v
kožo potrošnikov**

DK akademija

- ✓ Finance za nefinančnike
- ✓ Marketing za nemarketingaše
- ✓ Prodaja za neprodajnike
- ✓ Reševanje problemov in sprejemanje odločitev

Finance za nefinančnike



Delavnice

- ✓ Na temo osebnosti blagovne znamke
- ✓ Na temo ugotovitev tržnih raziskav
- ✓ Na temo ciljne skupine
- ✓ Na temo razvoja okusov

Rezultat

2008

ARGETA®

2009

ARGETA®

→ ARGETA®
JUNIOR

→ ARGETA®
~ EXCLUSIVE ~

2012

ARGETA®

→ ARGETA®
JUNIOR

→ ARGETA®
~ EXCLUSIVE ~

→ ARGETA®
delight

Rezultat

- ✓ 15 novih izdelkov (2009–2012) , prej 3 novi izdelki (2005–2008)

Tomaž Arh, Atlantic grupa

Nujnost integracije marketinga in R&D za doseganje večje konkurenčnosti

Primer Argeta