



ОСНОВНИ НАСОКИ ЗА ПОДОБРЯВАНЕ НА МАРКЕТИНГОВАТА ДЕЙНОСТ НА ФИРМА „ПД ГРУП” ЕООД



GUIDELINES FOR IMPROVING THE MARKETING COMPANY "PD GROUP" Ltd.

д-р Петър Джандармов

Ph.D. Peter Dzhandarmov

Място на маркетинга във фирмата

Фирмата няма в структурата си много добре изградено маркетингово звено. Фирма “ПД ГРУП” ЕООД въпреки голямата си площ, която заема, за сега няма планове за разширяване на маркетинговите отдели.

Като препоръка може да се даде назначаване на маркетингов специалист, който да събира систематично информация, която да се анализира и да се предоставя на управляващия. Чрез ясната и точна информация, която този отдел може да предоставя, могат да се предвидят тенденциите на пазара и да се реагира адекватно (навременно) на промените.

В маркетинговата структура, поставяме специалиста по маркетинг в началото на производствения цикъл, защото по този начин маркетингът е включен във всяка фаза на производствения процес.

Маркетингът чрез своите анализи и проучвания, ще изясни на заетите пряко в производството, какво търси потребителят в дадения продукт (стока). Маркетингът има отговорности при планирането на стоковата и информационна политика, при формиране на производствената програма, при управлението на продажбите, доставките, складовите запаси. Трябва да се определи бюджет за маркетинговата дейност, като тези средства трябва да се заделят от печалбата и да не са строго фиксирани, а варират според ситуацията на пазара. “ПД

Place of marketing in the company

The company is not in its structure very well constructed marketing unit. Company "RP Group" Ltd. despite vast area that occupies, for now there are no plans to expand the marketing departments.

As a recommendation can be given appointment of a marketing specialist to collect systematically information to analyze and provide the control. Through clear and accurate information that this department can provide can provide market trends and to respond appropriately (timely) changes.

In marketing structure, place marketing specialist at the beginning of the production cycle, because in this way marketing is included in each phase of the manufacturing process.

Marketing through its analyzes and studies will clarify employed directly in the production, what the consumer is looking for in a product (commodity). Marketing has responsibilities in the planning of commodity and information policy, the formation of the production program, with sales management, procurement, inventory. You need to determine a budget for marketing activities, these funds should be allocated from profit and not strictly fixed and vary according to the market

ГРУП" ЕООД трябва да отделя повече средства за реклама.

По отношение на кадрите

Като се има предвид ролята на маркетинговите функции за осигуряване на ефективното управление на фирмата, контролният и координиращ характер на тези функции, целесъобразно е отдел маркетинг да се състои от повече служители. Оперативен служител със съответния професионален ценз, познания и умения, както в областта на маркетинга, така и с нужната подготовка, която да гарантира добро познаване на стоките. Той трябва да осигури приток на информация, която да позволява на ръководителя да забележи възможностите и опасностите.

В хода на изпълнение на маркетинговия план възникват промени и неочаквани ситуации, за това е необходимо непрекъснато да се осъществява контрол от страна на висшия мениджмънт на предприятието. Във Фирма "ПД ГРУП" ЕООД трябва да се осъществяват следните видове контрол:

Контрол по производството

Състои се в съпоставка на текущите производствени показатели с такива за изминал период и при необходимост да се вземат мерки за корекция на ситуацията. Целта е да се убедим действително ли фирмата е постигнала положителен резултат за конкретната година по отношение на продажбите, печалбата и други целеви параметри. Включва следните средства за контрол:

- Анализ на възможностите за реализация;
- Анализ на пазарния дял;
- Анализ на съотношението между отделните разходи за маркетинг;
- Наблюдение за отношението на клиентите.

Контрол върху печалбата

Този вид контрол е необходим, защото

situation. "PD Group" Ltd. must spend more money on advertising.

In terms of personnel

Taking into account the role of marketing functions to ensure effective management of the company, controlling and coordinating nature of these functions, it is appropriate to marketing department consists of more employees. Operational staff with relevant professional qualifications, knowledge and skills in marketing and with the necessary training to ensure better knowledge of the goods. He must ensure flow of information, which allows the head to spot opportunities and threats.

During the implementation of the marketing plan changes occur and unexpected situations, it is necessary to continuously supervise the part of senior management of the enterprise. In the Company "PD Group" Ltd. should enable the following controls:

Control production

Consists of the comparison of current production indices with those of past periods and if necessary to take measures to remedy the situation, the goal is to make sure it actually the company has achieved a positive result for the particular year in terms of sales, profit and other target parameters. It includes the following controls;

- Analysis of the possibilities for realization;
- Analysis of market share;
- Analysis of the relationship between marketing costs;
- Monitoring of customer attitudes.

Controls on profits

This control is necessary because it helps the management to decide whether it is necessary to extend or

помага на ръководството да реши дали е необходимо да се разширява или съкращава производството и маркетинговата дейност, свързана с него.

Мотивация на персонала

Друг важен момент, върху който е необходимо да се акцентира, е мотивацията на персонала. Хората са най-ценния ресурс в една организация. За да има успех всяка фирма трябва да се стреми:

- Да разбира своя персонал и да положи усилия да задоволи потребностите му;
- Финансово да стимулира служителите си;
- Да не се щадят похвалите;
- Насърчаване в участието и планирането на нови методики;
- Възлагане на цели проекти на отделни хора или група, за да им се предоставят допълнителни отговорности и да се повиши квалификацията им.

Тези стимули са необходими и е нужно да се разработят, за да се подобри работната среда, да се оптимизира работата на персонала, а от там и производителността.

По отношение на МИС

Успешното функциониране на фирма "ПД ГРУП" ЕООД е невъзможно без непрекъснато обновяване на базата данни свързана с пазари, конкуренти, клиенти, дистрибутори, доставчици. От изключително голямо значение е не само да се събира информация, но големия поток от информация да се обработи и да се анализира. Навременното откриване на критичната информация би помогнала на управителя/мениджъра да реагира адекватно на проблемите или бързо да се възползват от възможностите на пазара.

По-добре обособено звено по маркетинг във фирмата – това е ключовата позиция, за да има възможност цялата вътрешно фирмена и събрана информация от външни

shorten the production and marketing activities associated with it.

Employee Motivation

Another point on which it is necessary to emphasize motivation of staff. People are the most valuable resource in an organization. To be successful every company should strive:

- Understand and its staff endeavor to meet its needs;
- Financial to encourage their employees;
- Do not spare the praise;
- Encouraging participation in the planning of new methodologies;
- Award of whole projects of individuals or group to provide them with additional responsibilities and to enhance their qualifications.

These incentives are necessary and need to be developed to improve the working environment, to optimize the performance of staff and hence productivity.

In respect of the CIS

Successful operation of the company "PD Group" Ltd. is impossible without constantly update the database related markets, competitors, customers, distributors, suppliers. Of utmost importance is not only to collect information but the big flow of information to process and analyze. Timely detection of critical information would help the manager / manager to adequately respond to problems quickly and take advantage of market opportunities.

Better separate department of marketing in the company - this is the key position to enable all internal corporate and collected information

източници да се обработва бързо. Важна информация, която трябва да се синтезира и анализира е информацията за всички клиенти, а не само за част от тях.

Фирмата трябва добре да познава своите клиенти и основните фактори, които влияят на решението им за покупка. Върху клиентите на фирма "ПД ГРУП" ЕООД влияят характеристики, като добрите финансови възможности на фирмата, отрасълът, в който работят, жизненият цикъл на продуктите им, доброто отношение – по-отношение на информираността за всяка предлагана стока, добрите преговори с клиентите и др. Фирмата има изготвен каталог на някои от по-важните си клиенти.

Познаването на конкурентите е от изключително значение за ефективното маркетингово планиране. Фирмата трябва постоянно да сравнява своите продукти, цени, канали, промоции с тези на близките конкуренти. По този начин, тя може да определи областите на конкурентите - предимства и недостатъци, да атакува противниците си по-прецизно и да подготви по-добра защита. Необходимо е да се обхване целият диапазон на реалните и потенциалните конкуренти на фирмата. Не бива да се проявява късогледство, защото е много вероятно една фирма да бъде изместена от своите конкуренти (латентни), отколкото от действащите в момента.

Предложението ми е да се направи фирмен профил на възможните конкуренти, който да включва: описание на структурата на фирмата, стратегии, производствена номенклатура, мощностите им, производствения цикъл и пр.

Цели и мисия на фирма "ПД ГРУП" ЕООД

Фирмата се стреми със своите изделия да налага съвременен стил на обличане по време на работа, който кара хората да се чувстват удобно и да изглеждат добре. Тя е

from external sources to be processed quickly. Important information you need to synthesize and analyze the information to all customers, not just some of them.

The company has to know well their clients and the main factors that influence their buying decisions. On customers of "PD Group" Ltd. influencing characteristics like good financial capabilities of the company, the industry in which they operate lifecycle of their products, good attitude - in terms of awareness of each proposed item, good negotiations with customers, etc. The company has prepared a catalog of some of the most important customers.

Knowing the competitors is essential for effective marketing planning. The company must constantly comparing their products, prices, channels, promotions with those of nearby competitors. In this way, it can identify areas of competitive advantages and disadvantages, to attack opponents in a precise and prepare better protection. It is necessary to cover the whole range of actual and potential competitors of the company. It should not be manifested myopia because it is very likely a company to be overtaken by their competitors (latent) than the acting now.

My suggestion is to make a company profile of possible competitors, which include - a description of the company's structure, strategies, production range, capacity their production cycle and so on.

Purposes and mission of "PD Group" Ltd.

The company seeks to impose its products contemporary style of dress

пример за ефективно съчетаване на качество, резултатност, отговорност и удобство на продуктите. Гарантираният висок стандарт осигурява сигурност и непрекъснат производствен процес, което позволява да се поддържа стабилно пазарно присъствие в непрекъснато динамизиращата се конкурентна среда.

Определяне на маркетинговите цели на фирмата

1. Поддържане на имиджа чрез обновяване асортимента от предлагани стоки;
2. Запазване на пазарния дял и излизане на нови;
3. Създаване на собствени модели до края на 2015 г;
4. Разширяване на дистрибуторската мрежа;
5. Увеличаване на продажбите на вътрешния пазар.

Определяне на маркетингова стратегия

Маркетингова стратегия, която е най-подходяща за фирма "ПД ГРУП" ЕООД е "Консолидация и запазване на пазарния дял". За да се реализира тази стратегия фирмата трябва да мобилизира ресурсите си и да търси начин/пътища за увеличаване обема на продажбите, на които предлага своята продукция, и атакуване на нови чуждестранни пазари.

Продуктова стратегия

Стратегията, която трябва да предприеме за своите продукти е:

- да проявява гъвкавост според пазарните условия, т.е. да предлага изделия с високо качество, съобразени с изискванията;
- да предлага своите продукти на конкурентни цени;
- да търси нови пазарни ниши, повече в страната (вътрешния пазар);
- да осъществява по-добри комуникации и обратна връзка със своите потребители.

during a work that makes people feel comfortable and look good. It is an example of effective combination of quality, efficiency, responsibility and convenience products. The guaranteed high standard ensures security and continuous production process, which allows to maintain a stable market presence in continuous dynamical competitive environment.

Defining the marketing objectives of the company

1. Maintaining the image by updating the assortment of goods offered;
2. Maintaining market share and entering new;
3. Create your own models by the end of 2015;
4. Extension of the distribution network;
5. Increasing domestic sales.

Determination of marketing strategy

Marketing strategy that is best for the company "PD Group" Ltd. is the "Consolidation and maintaining market share." To realize this strategy the company has to mobilize resources and to find a way / ways to increase sales volumes, which offers its products and targeting new foreign markets.

Product strategy

The strategy, which should take for their products:

- Be flexible according to market conditions, i.e. to offer products with high quality, consistent with the requirements;
- To offer its products at competitive prices;
- Seek new markets more in the country (internal market);
- To conduct better communications and feedback from its users.

Ценова стратегия

Ръководителят на фирмата трябва да знае, че маркетинговия подход при формиране на цените, не трябва да отчита само производствените разходи, но и мнението на потребителите за приемливостта на дадена цена. Тя трябва да бъде такава, че да затвърдява убеждението на потребителите, че са извършили изгодна покупка.

Към ценовата стратегия могат да се включат индиректни методи за насърчаване на продажбите. Добре е фирмата да прави някои отстъпки, като:

- отстъпка при цялостно изплащане на поръчката;
- отстъпка за количество;
- отстъпка за постоянни клиенти.

Канали за реализация

Структурата на канала за реализация трябва да се промени. Вместо да се използва директният канал производител – потребител, фирмата трябва да ползва дистрибутор, като най-удачния вариант е да се използва дистрибуторска фирма. Важен елемент от дейността на дистрибутора трябва да бъде качеството на извършваните услуги, клиента да разчита на навременна доставка на поръчаните от него изделия.

Промоция

Фирмата трябва да наблегне на по-съвременните методи за реклама, която трябва да обхваща информацията за фирмата, предлаганите изделия, цени и т.н. Освен рекламата, която е предприета фирмата трябва да има участия по панаири и специализираните издания за мода. Добре е и реклама по – Internet. Целта е да се достигне още по-голяма аудитория от потенциални клиенти, които да са убедени, че това е стоката за тях и че ще им донесе нужното удовлетворение.

Pricing Strategy

The head of the company needs to know that the marketing approach to pricing must not only take into account production costs, but consumer opinion on the acceptability of a given price. It should be such that it reinforces the belief of consumers that have made a good buy.

To the pricing strategy can include indirect methods to promote sales. Good company to make some concessions, such as:

- Discount for full payment of the contract;
- Volume discount;
- Discount for regular customers.

Distribution channels

The structure of distribution channels, should be changed. Instead of using direct channel producer - consumer, the company must use a distributor as the best option is to use a distribution company. An important element of the activity of the distributor must be the quality of the services, customers can rely on timely delivery of the ordered products.

Promotion

The company should emphasize more modern methods of advertising, which should include information about the company, products offered, prices, etc. Besides advertising, which has taken the company must have participated in fairs and specialist magazines for fashion. It is good advertising - Internet. The aim is to reach an even greater audience of potential customers who are convinced that this is good for them and that will bring the needed satisfaction.

Rapidly changing conditions require

Бързо променящите се условия налагат фирмите много внимателно да проучат своите дейности. Трябва да обърнат по голямо внимание на продуктите асортименти и своята маркетингова дейност. Производството и търсенето на стоки и услуги в миналото не е непременно причина за производството и предлагането на тези стоки и в бъдеще. Пазарът непрекъснато се променя и развива и фирмата трябва да е наясно с промените ако иска да оцелее.

Заедно с получаването на данни за потребителския профил на фирмата е важно да се открие и какви клиенти са загубени от фирмата и по какви причини.

Трябва да се направи пазарно прогнозиране, което представлява трудност за всяка фирма, защото съдържа разчети за бъдещето, които не могат да се направят с голяма степен на сигурност, но въпреки това прогнозирането е изключително важно, защото решението какво да се произвежда и какви инвестиции да се направят се основава на очакванията за продажби.

Значението на маркетинга е голямо и за това е необходимо на маркетинговия отдел да се даде специален статут. Производството е важно, но ако фирмата не може да продаде продукта, няма смисъл да го произвежда.

Фирма "ПД ГРУП" ЕООД нямат обособени маркетингови структури и е необходимо хората, които се занимават с тази дейност да обърнат внимание на този факт. Въпреки липсата на специален маркетингов отдел фирмата е успяла да създаде добри външни и вътрешно-търговски контакти, с които успява да постигне достъп до клиентите и узнаване на техните изисквания.

Достъпът до пазарите, разходите за труд, образование и умение, инфраструктурата, данъчното законодателство, услугите и много други фактори имат

companies to carefully examine their activities. Should pay more attention to product mix and its marketing activities. Production and demand of goods and services in the past is not necessarily a reason for the production and supply of these products in the future. The market is constantly changing and evolving and the company must be aware of the changes if it wants to survive.

Along with receiving data company profile is important to find and what customers are lost by the company and for what reasons.

You have to make a market prediction, which is difficult for any company because it contains estimates of the future that can not be done with a high degree of security, but forecasting is extremely important because the decision about what to produce and what investments made based on expectations for sales.

The importance of marketing is big and it is necessary for the marketing department to give special status. Production is important, but if the company can not sell the product does not make sense to produce it.

Company "PD Group" Ltd. have separate marketing structures and need people who engage in this activity to pay attention to this fact. Despite the lack of a dedicated marketing department the company has managed to create a good external and vatreshnotargovski contacts with whom managed to achieve access to customers and learning their requirements.

Access to markets, labor costs, education and skills, infrastructure, tax law, services and many other factors are important for the creation of

значение за създаването на предимства или недостатъци при сравняването на един производител или търговец с друг. Трябва да се опитват предимствата да се максимизират, а недостатъците да се минимизират.

Ключът към успеха до голяма степен е създаването на маркетингов отдел, който да създаде по-добри контакти с фирми, пазари и клиенти.

В момента продукцията на "ПД ГРУП" ЕООД са търсени и добре приети от българските и чужди потребители, но не трябва да се забравя, че репутацията се гради върху производството на продукти с подходящо качество, количество и в подходящо време.

Доброто име е много силен фактор, който укрепва бизнес отношенията, то може да се изгради само с течение на времето и е отражение за успешни търговски отношения и взаимно доверие между две страни – клиент и производител.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кузманов, Г. (2001) Фирмата към промяна и подобрене", С.
2. Маринова, Е. (2004) Маркетинг. В.
3. Котлър, Ф. (2003) Управление на маркетинга. С.
4. Котлър, Ф. (2007) Маркетинг. С.
5. Котлър, Ф. (2009) Основи на маркетинга – I и II част. С.
6. Феръл, П. (2010) Маркетинг стратегии и концепции. С.

advantages or disadvantages when comparing one manufacturer or dealer to another. They should try to maximize the advantages and disadvantages are minimized.

The key to success is largely the creation of a marketing department to create better contacts with companies, markets and customers.

Currently, the production of "PD Group" Ltd. are popular and well received by Bulgarian and foreign users, but should not be forgotten that the reputation is based on producing products of appropriate quality, quantity and at the appropriate time.

Reputation is very strong factor that strengthens the business relationship, it can only be built over time and is a reflection of successful trade relations and mutual trust between the two sides - customer and manufacturer.

Used literature

1. Kuzmanov,D.(2001)The company to change and improvement. С.
2. Marinova, E. (2004) Marketing. V.
3. Kotlar, F. (2003) Marketing Management. S.
4. Kotler, F. (2007) Marketing. C.
5. Kotler, F. (2009) Fundamentals of Marketing" - I and II. S.
6. Feral, P. (2010) Marketing strategies and concepts. S.