

# **MARKETING MIKS: PROIZVOD**

Bojana Femić - Radosavović

## O ČEMU ĆEMO GOVORITI?

- Zašto je originalni 4P marketing miks model i dalje živ i zašto mu treba samo “update” (4EP umjesto 4P), a ne potpuna zamjena?
- Koji nivoi proizvoda postoje?
- Kakva je klasifikacija proizvoda?
- Šta znači diferenciranje proizvoda, a šta diferenciranje usluga?
- Zašto su važni pakovanje, etiketiranje i garancije?

A close-up photograph of a person's hands writing in a spiral-bound notebook with a black pen. The person is wearing a patterned shirt. The background is blurred, showing what appears to be a classroom or lecture hall setting.

**ŠTA ČINI 4P?**

## ZAŠTO JE VAŽAN KONCEPT 4P?

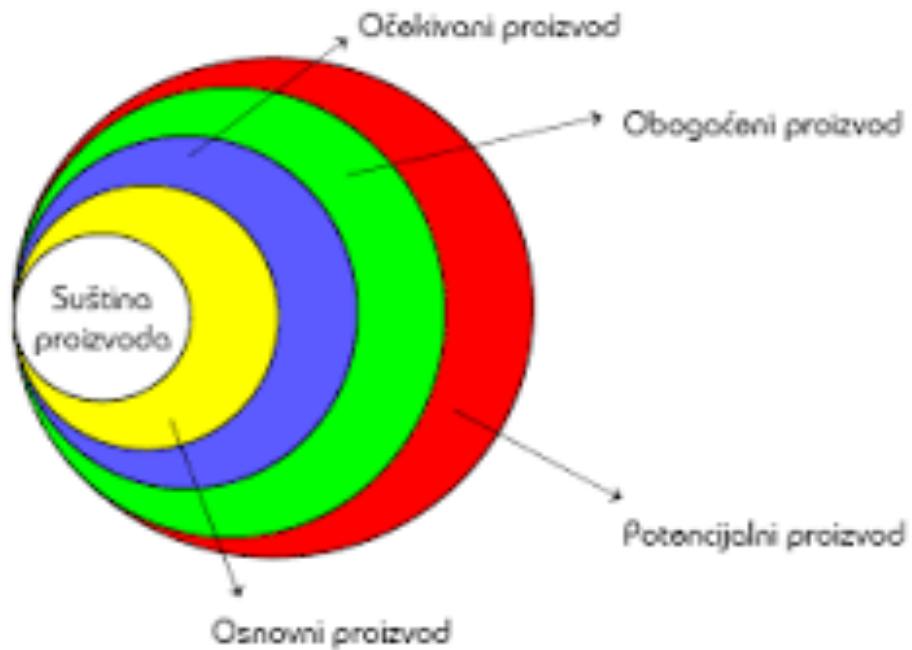
- Još 1960.-ih je McCarthy definisao koncept 4P i on “i dalje nudi jaku potporu marketing strategiji” (Dan Bladen, CEO Chargifi).
- Potreba i pokušaj da se izbaci ovaj model i zamjeni nekim novim nije uspjela da proizvede bilo kakvu alternativu koja bi zauzela mjesto koje 4P ima u literaturi i praksi.
- Postoje jaki dokazi iz istraživanja koji pokazuju da koncept 4P i dalje daje najbolje rezultate u marketing praksi širom svijeta.

## OD 4P DO 4EP

- Danas je marketing liderima potrebna neka inovirana 4P verzija.
- Ona ne treba da mijenja suštinu tradicionalnog modela niti ime, ali ide u korak sa savremenom praksom. Kako to postići?
- Tako što uključuje najnovije naučno i istraživačko znanje o tome kako ljudi razmišljaju, šta osjećaju i rade.
- Tako Dimitriadis et al. predlažu 4EP (empathic product, experiential price, ever-present place i engaging promotion) koncept.

# NIVOI PROIZVODA

1. Suština koristi
2. Bazični proizvod
3. Očekivani proizvod
4. Proširenji proizvod
5. Potencijalni proizvod



## **KLASIFIKACIJE PROIZVODA**

- Po TRAJNOSTI I OPIPLJIVOSTI: netrajna dobra, trajna dobra i usluge.
- Klasifikacija POTROŠNIH DOBARA: obični proizvodi (glavni, impulsivni, hitni), posebni proizvodi (homogeni i heterogeni), specijalni i netraženi proizvodi.
- Klasifikacija PROIZVODNIH DOBARA: materijali i djelovi, kapitalna dobra i potrošni proizvodi i poslovne usluge.

# DIFERENCIRANJE PROIZVODA

- **Forma** – veličina, oblik ili fizička struktura
- **Karakteristike** – voditi računa o odnosu između vrijednosti za kupca i troška za kompaniju
- **Kvalitet performansi**: nizak, prosječan, visok ili superioran
- **Potvrda kvaliteta** – stepen identičnosti svih proizvedenih jedinica i ispunjavanja specifikacija
- **Trajnost**
- **Pouzdanost**
- **Mogućnost popravki**
- **Stil**

A close-up photograph of a person's hands writing in a small, open notebook. The person is wearing a patterned shirt and a dark, textured sweater. The background is blurred, showing what appears to be a workshop or studio environment with various tools and materials.

# ZAŠTO JE VAŽAN DIZAJN?

## DIFERENCIRANJE USLUGA

1. Lakoća naručivanja
2. Isporuka
3. Instalacija
4. Obuka kupaca
5. Savjetovanje kupaca
6. Održavanje i popravke

A close-up photograph of a person's hands writing in a spiral-bound notebook with a black pen. The person is wearing a patterned shirt. The background is blurred, showing what appears to be a classroom or lecture hall setting.

**KAKVU ULOGU IMA  
PAKOVANJE?**

# SVE VEĆA UPOTREBA PAKOVANJA

Tome doprinosi nekoliko faktora:

1. Samousluživanje
2. Bogatstvo potrošača
3. Imidž kompanije i brenda
4. Prilika za inovacije

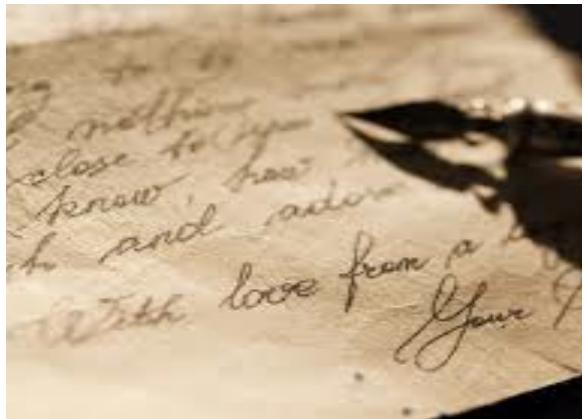
## ETIKETIRANJE I GARANCIJE

- Etiketa može biti jednostavna naljepnica ili složen grafički dizajn koji je dio samog pakovanja.
- Funkcije etikete: identifikacija proizvoda ili brenda, opis, promocija.
- Garancije – formalne izjave proizvođača o očekivanim performansama proizvoda.

bojana.femic  
@gmail.com



Bojana Femic-  
Radosavovic



Bul. Ivana  
Crnojevića 28,  
Podgorica



+382 67 535 648

KEEP SMILING! ☺



HVALA NA  
PAŽNJI!

