

PLAN PROMOTIVNIH AKTIVNOSTI

(predmet promovisanja – **samo iz turističke delatnosti u najširem smislu**)

Preduzeće ili proizvod

Obavezni elementi plana:

- 1. Analiza situacije** (analizirati postojeće stanje što se tiče promocije i do sada korišćenih promotivnih sredstava i promotivnih aktivnosti za izabrano preduzeće ili proizvod).
- 2. Izbor ciljnog / ciljnih segmenata** (kome promovisati, segmentirani turističku publiku po određenom kriterijumu u zavisnosti kome je namenjen proizvod ili koja je uža delatnost preduzeća).
- 3. Definisane ciljeva promocije** (kakav efekat se želi postići promotivnim aktivnostima).
- 4. Utvrđivanje termina promocije** (kada nastupiti sa promotivnim aktivnostima, koristi tabelu sličnu tabeli 1)
- 5. Izbor poruke i definisanje definisanje promociionog mixa (1. turistička propaganda, 2. odnosi s javnošću, 3. unapređenje prodaje, 4. lična prodaja).** Izabrati po svom nađenju određene elemente promociionog mixa (turističku propagandu obavezno, pojedina sredstva) i odrediti sledeće elemente:
 - **ŠTA REĆI-** (bira se apel ili tema kojom će se postići željeni učinak)
 - **KAKO REĆI** kreirati propagandu poruku
- 6. Izbor medija- odrediti kanale komuniciranja (direktni ili indirektni), termin- KADA i GDE promovisati** (grafička sredstva, koristiti tabelu sličnu tabeli 2.)
- 7. Finansijski plan (koristiti tabelu sličnu tabeli 3.)**
- 8. Definisane načina povratne sprege kod direktnih kanala komuniciranja** (šta osećaju i misle potrošači nakon promotivnih aktivnosti)

Projekat 1.



Za uvođenje novog turističkog proizvoda- Novo godina na Tajlandu

Tabela 1. Terminski plana promotivnih aktivnosti u 2011 godini

Odrediti period trajanja promotivnih aktivnosti i pojedine instrumente i sredstva promocije.	Avgust	Septembar	Oktobar	Novembar	Decembar	Januar
Konferencija za štampu	18-20.					
Štampanje grafičkih sredstava	*	*	*	*	*	
Katalozi	15-30.		15-30	15-30	*	
plakati				*	*	
letak					*	
Sajmovi						
Dnevne i turističke novine			*	*	*	
Radio oglas					*	
Sajam		28- 1. u Novom Sadu				

* korišćenje prop. sredstva tokom celog meseca

Primer: Sajam turizma u Beogradu (24.02.2010 - 28.02.2010) ne bi uzeli u obzir zato što nam ne odgovara termin održavanja za promociju našeg turističkog proizvoda.

Projekat 1.



Tabela 2. Medija plana za novine

	septembar	oktobar	novembar	decembar	januar
Politika	3 i 4 nedelja	4x nedelja	4x nedelja	4x nedelja	
Blic	4 subota	4x subota	4x subota	4x subota	
Turističke novine (nedeljni)			4x	4x	
Lepota i zdravlje			2x subota	2x subota	

Vremeski period korišćenja svakog instrumenta promotivnog miksa logički sinhronizovati i objasniti

Projekat 1.

Tabela 3. Finansijski plan

Vrsta troškova	Troškovi po stavkama	Ukupni troškovi
Priprema promocije	Promotivna agencija	500 €
Konf. za novinare	Sala: 1h / 50 € x 2 Osveženje – 50 € x 2	200 €
Štamp. graf. sredstava	Dizajn – 100 € Štampa – 100 €	200 €
Plakati	Lepljenje 25 € x 5	125 €
Bilbordi	Kačenje 3 meseca x 1000€	3 000 €
Lična prodaja u marketima	2 osobe: 50 €/dan x 8	800 €
Novine	41 oglas x 50 €/oglas	2 050 €
TV reklama	Izrada – 1 000 € Br. spotova x 10 sec/spotu x 5 €/sec	
Radio	Snimanje: 200 € Trajanje 10 sec Kupovina paketa oglašavanja na mesečnom nivou, dva puta dnevno 500 € x broj meseci oglašavanja	700 € za 1 mesec
Sajam	Štand – 1000 € Osoblje – 2 osobe x 50 €/dan x 4 dana Osveženje – 100 €	1 500 €
Nagradna igra	8 x aranžman od 150 €	1 200 €
Reportaže	5 x 100 €	500 €
Internet sajt	100 €	100 €
Sponzorstvo	200 €	200 €
Obuka prodavaca	Sala – 50 € Osveženje – 50 €	100 €
Famtrip	10 osoba (x 5 dana) x 150 €/osobi	1 500 €
Ukupno:		12 675 €

Svako sredstvo promotivnog miksa koje smo koristili mora biti evidentirano i uvedeno u finansijski plan

Projekat 1.



- Plan se radi u grupama od 3 studenata (izuzetno je moguće raditi sam ili u paru). Rad mogu da rade zajedno i studenti iz različitih grupa.
- Rad treba da sadrži 3-5 strana osnovnog kucanog teksta i tabela
- (A4, font 12, prored single), kao i dodatnu standardizovanu naslovnu stranu i završnu stranu za zaključak i izvore podataka. Molim vas da rad ukoričite.
- Sve radove doneti u terminima koji su saopšteni na vežbama za svaku grupu. Radovi predati posle zadatog roka neće biti prihvaćeni.