

UVOD

Z. Repač
Rujan, 2010.



Seminar “Napredni marketinški standard”
i “Standard investicijskog okruženja / 4. standard”, 22-24. rujan 2010



This project is funded by the European Union

SADRŽAJ

1. Od osnovnog certificiranja do naprednog ICPR-a
2. Marketing, prioriteti, fokus
3. Ključni čimbenici utjecaja na FDI danas
4. Zaključak

UMJESTO UVODA

- “U poslu postoje dvije, samo dvije osnovne funkcije: *marketing* i *inovacije*.

Marketing i inovacije proizvode prihod, sve ostalo su troškovi.”

P. Drucker

MARKETING MENADŽER

Trebao bi:

- Ima jasnu sliku budućnosti
- Anticipirati promjene
- Raditi na jasnim i dugoročnim ciljevima

PROMJENE

Upravljanje

2. Certifikacija:

Postignuta razina kvalitete

Usvojeni standardi

3. FDI u drugom planu:

- Nesustavnost u pristupu
- Agencije se nisu "nametnule"

1. Prethodni ciklus

ICPR – Novi pristup, učenje na najboljoj praksi (Češka), Izrada promo alata

4. Realnost trenutka:

- Standardi nisu unaprijeđivani
- FDI nije bio u fokusu rada
- Novi početak

7. Uspjeh:

- Svi razumiju što i zašto treba raditi
- Rast samopouzdanja

6. U potrazi za smislom:

- Svi se trebaju uključiti
- Nastojanje da se usvoje promjene na svim razinama
- Prvi rezultati

5. Napredni ICPR: -

- Marketing vještine u fokusu
- Tri + 4. standard
- Ključ su odnosi i komunikacija

Vrijeme

SVRHA MARKETINGA

- Komunicirati dovoljno s klijentima
 - Jačati privrženost postojećih klijenata
 - Povećavati potražnju
-
- Ključni izraz je ZADOVOLJSTVO

PRISTUP

- Razvoj proaktivnog marketinškog sustava
- Fokus na sektore koji će potaknuti podizanje konkurentnosti
- Kontinuirano istraživanje tržišta
- Stalno održavanje i unaprjeđenje odnosa s investitorima

FOKUS

- **Potrebe i želje klijenata na prvom mjestu**
- **Profit se realizira kroz zadovoljstvo**

PRIORITETI

- **Odabir i razvoj sektora**
- **Privlačenje investicija**
- **Upravljanje i odnosi s investitorima**

THE FDI GLOBAL OUTLOOK REPORT 2010.

- Investicije padaju u kapital-intenzivnim sektorima:
 - ugljen, nafta & prirodni plin su vodeći sektori po prinosima
- Prihodi u nekretninama su pali 60%
- Čak i prihodi u tehnologiji zaštite okoliša su pali, prvi puta u 2009. (20%)

Izvor: fDi Intelligence, Financial Times Ltd
(www.fdimarkets.com)

THE FDI GLOBAL OUTLOOK REPORT 2010.

- Uslužni sektori predvode:
- No.1 Financijske usluge (pad 2009. 21%)
- No.2 Poslovne usluge
- No.3 software & IT
- Snažan rast centara podrške klijentima i ICT infrastrukturni projekti

Izvor: fDi Intelligence, Financial Times Ltd
(www.fdimarkets.com)

IZAZOV PRODAJE USLUGA

- 1. Neuhvatljivost** – ne može ih se “opipati”
- 2. Proizvodnja i potrošnja** (izvedba i korištenje) – dešava se istovremeno
- 3. Heterogenost** – ne izvode se uvijek na isti način
- 4. Nepostojanost** – ne može ih se skladištiti

TRADICIONALNI KLJUČNI ČIMBENICI U ODABIRU FDI LOKACIJE

- Stabilno makroekonomsko okruženje
- Stabilna, transparentna politika
- Raspoložive sirovine
- Jeftina i kvalitetna radna snaga

KLJUČNI ČIMBENICI U ODABIRU FDI LOKACIJE DANAS

- Stabilan pravni sustav
- Suvremena ICT infrastruktura
- Dobra logistička podrška
- Ljudi: nove vještine, prilagodljivost,
- Jaka baza dobavljača i usluga
- Učinkovita FDI promocija

ZAKLJUČAK

- Hrvatska traži put za izgradnju suvremenog i učinkovitog gospodarstva
- FDI su nezaobilazna komponenta za ostvarivanje tog cilja
- Konkurencija u privlačenju FDI je velika
- Izazovi su još veći i treba ih sustavno, bez odlaganja, rješavati

H V A L A