



Kako zadržati in kako povečati posel z mednarodnim kupcem

dr. Andrej Krobe, Gorenjski tisk storitve d.o.o.

X. Izvozni fokus

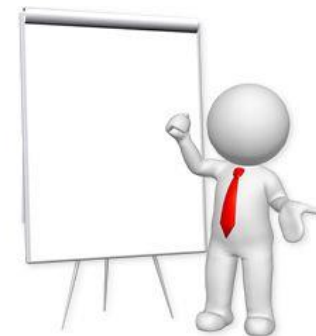
Ljubljana, 4.4.2017

- 1. Kratka predstavitev GTS**
- 2. Nagrade, projekti**
- 3. Prodajna strategija**
- 4. Segmentacija kupcev**
- 5. Rast obsega prihodkov
(kupci, kadri, odnosi)**
- 6. Povzetek**



Kratka predstavitev GTS

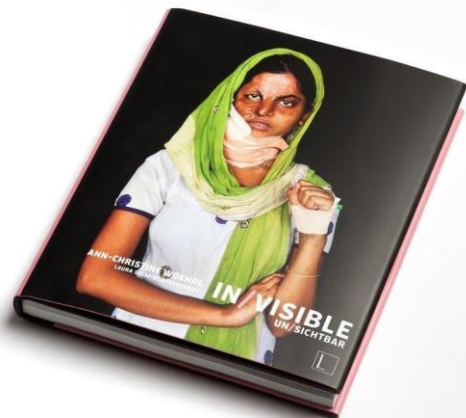
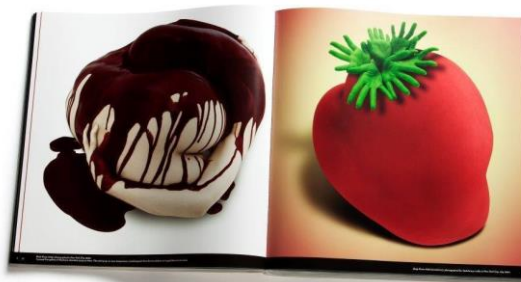
- Tisk in grafična dodelava knjig ter promocijskih materialov (produktna specializacija v 2009), cca. 2/3 prihodkov ustvarjeno s tiskom in vezavo knjig
- 100-letna tradicija, bogate izkušnje in moderna oprema
- Več kot 10 mio € prihodkov, delež prodaje v tujini 77%
- Glavni trgi: Nemčija, Slovenija, Francija, Avstrija, VB, Švica, ZDA, Italija, Rusija
- 135 zaposlenih
- Vse pod eno streho (One-Stop Prodction)



Nekaj nagrajenih knjig



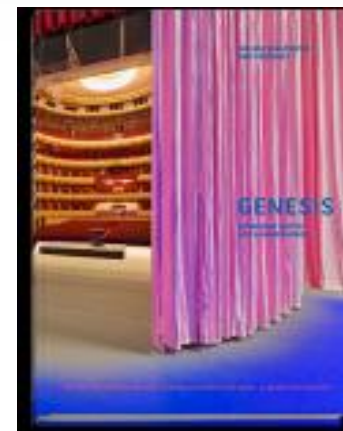
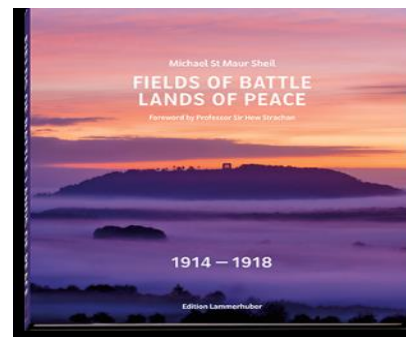
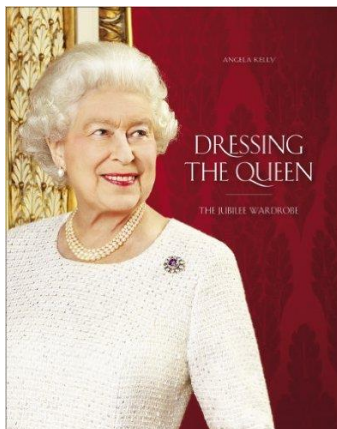
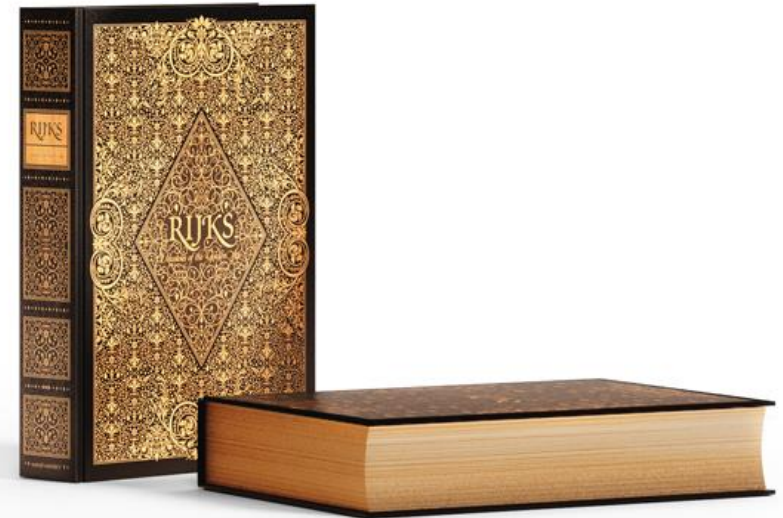
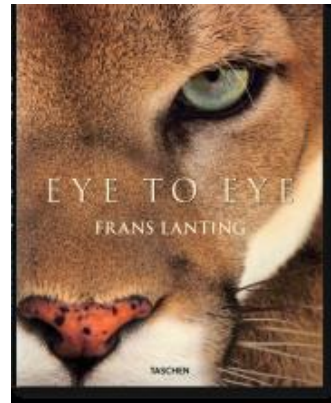
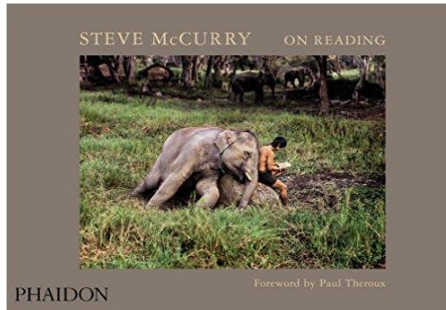
ipa ~ int'l photography awards ~



BUFFALO BALLAD
On the Trail of an American Icon



Odmevni projekti v 2016



- Svoje konkurenčnosti ne moremo graditi na nizkih cenah (nismo “cost leader”) → **višji cenovni razred**
- Usmeritev na tiskovine in kupce, kjer sta kvaliteta in servis še posebej pomembna (cena pa manj)
- Cilj je presegati pričakovanja kupcev ter jih navduševati s svojimi izdelki in storitvami
- Ponujamo paket oz. **vrednost** (nadpovprečna kvaliteta, dobave v dogovorjenih rokih, fleksibilnost, skrb za stranko, svetovanje pri izvedbi projektov, pomoč pri reševanju problemov, “**primerna oz. poštena**” cena)
- **S kupci gradimo dolgoročne odnose!**



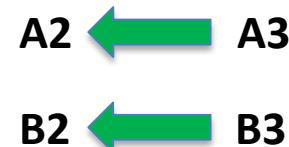
Segmentacija kupcev

Segmentacija kupcev v skupine (A, B, C, D) glede na njihov potencial in v razrede (1, 2, 3) glede na naš tržni delež

A >150.000 €	1	> 70%
50.000€ < B < 150.000 €	2	30% < X < 70%
	3	<30%

Število kupcev	1	2	3	SKUPAJ
A	2	23	36	61
B	12	16	16	44
SKUPAJ	14	39	52	105

Delež kupcev	1	2	3	SKUPAJ
A	3,28%	37,70%	59,02%	100,00%
B	27,27%	36,36%	36,36%	100,00%



Pri dobrih kupcih (cene, plačila) povečujemo tržni delež in s tem obseg prihodkov ter jih „premikamo“ v razreda 1 in 2

- **Identifikacija strateških kupcev**

Iščemo kupce (obstoječe in nove), ki:

- potrebujejo nadpovprečno kvaliteto ter odličen servis in tehnično svetovanje
- imajo dober potencial (letni obseg večji od 100k€) in so dobri plačniki
- se zavedajo, da je cena sicer pomembna, vendar je le del vrednosti, ki jo GTS ustvarja za njih
- cenijo našo strokovnost in predanost



- **Prodajni tim**

- Identifikacija in zaposlitev odličnih prodajnikov ter njihov razvoj (poznavanje produktov in proizvodnih tehnik, prodajne veščine)
- Strast do knjig in tekoča komunikacija s tujimi naročniki v njihovem jeziku ter poznavanje kulture na posameznem trgu je ključna za uspeh prodajnika
- Motivacija prodajnikov ((ne)materialna, sodelovanje, timsko delo)
- Napake so dogajajo, potrebno jih je priznati ter jih hitro in učinkovito reševati



- **Partnerski odnosi s kupci**
 - Vzpostavljanje in negovanje odnosov (redni obiski)
 - Obveščanje o novostih v branži, materialih, tehnologijah, ...
 - Podajanje realnih informacij
 - Obiski tujih kupcev v Sloveniji (urejenost podjetja in zaposlenih, pozitiven odnos do dela in produktov, slovenska pokrajina, kulinarika, vino, gostoljubnost)
 - „Neformalna“ druženja



- **Skrbno načrtuj in izvajaj svojo prodajno strategijo**
- **Identificiraj ključne kupce (potencial!) in jim prodajaj vrednost**
- **Motiviraj zaposlene (posel delajo ljudje)**
- **Gradi dolgoročne partnerske odnose (win-win)**
- **Učinkovito rešuj težave**





HVALA ZA POZORNOST!



dr. Andrej Krope

Komercialni direktor

Ulica Mirka Vadnova 6

4000 Kranj, Slovenija

T: +386 4 2016 330

W: www.gts.si

E: andrej.krope@gts.si

