

PRILOGA 6: Načrt trženja

1. PRODAJNE MOŽNOSTI

1.1 Kupci

Kupci (naziv)	Poslovna dejavnost kupca	Pogodbeni odnos (da/ne)	Količina dobave (z navedbo enote)	Delež skupne prodaje (%)
-	-	-		
-	-	-		
-	-	-		
-	-	-		
-	-	-		

1.2 Konkurenca

Naziv konkurenta	Ocena prodajne strategija konkurenta
-	-
-	-
-	-
-	-
-	-

1.3 Količina prodaje na posameznih trgih, na katerih bo organizacija proizvajalcev predvidoma prodajala pridelke svojih članov

Trg	Delež (%)
Lokalni trg	
Republika Slovenija	
Evropska unija	
Države bivše Jugoslavije	
Ostalo	

2. PROIZVODI

Proizvod	Lastnosti in posebnosti proizvodov*	Integrirani (%)	Ekološki (%)	Ocena prilagoditve ponudbe kupcem
- - - - - - -				

* lastnosti in posebnosti proizvodov, ki so pomembne za kupce

3. CENE

3.1 Cene posebej v 1, 2., 3. 4. in 5. letu poslovanja

Proizvod	Predvidena Nakupna cena* (SIT)	Predvidena prodajna cena (SIT)

* gre za povprečne nakupne cene posamičnega pridelka (ločeno za nakup pri članih organizacije pridelovalcev in nakup pri drugih osebah)

4. DISTRIBUCIJA

Opis distribucijskega procesa (potek odkupa, prevoz, skladiščenje, način dostave)
-

5. PROMOCIJA V PRVEM LETU POSLOVANJA

Promocijska akcija	Opis	Stroški (SIT)
Oglaševanje		
Pospeševanje prodaje		
Direktna prodaja		
Odnosi z javnostmi		

6. NAČRT PRODAJE

6.1 Načrt prodaje posebej za prvo, drugo, tretje, četrto in peto leto

Proizvod	Prodajne možnosti (SIT)	Načrt proizvodnje (SIT)	Aktivnosti za uskladitev* (SIT)

* predvidene aktivnosti za uskladitev proizvodnih možnosti s prodajnimi možnostmi, po posameznih proizvodih organizacije proizvajalcev v naslednjih petih letih. Vrednost se obravnava kot zmnožek količin in predvidenih odkupnih oziroma prodajnih cen