



Академија струковних  
студија Шумадија  
одсек у Крагујевцу

Studijski program: Informatika

Predmet: Poznavanje poslovnih procesa

## Proces marketinga u veterinarskoj ambulanti

Profesor:  
Saša Stamenović

Student:  
Milica Veličković 022/2020

## Sadržaj:

<b>Proces marketinga.....</b>	<b>1</b>
<b>Veza marketinga veterinarske ambulante sa klijentima .....</b>	<b>1</b>
<b>Saveti i strategije koje veterinarska ambulanta može primeniti u svom marketinškom planu.....</b>	<b>2</b>

## Proces marketinga

Marketing veterinarske ambulante ključan je za uspeh poslovanja, posebno u današnje vreme kada je konkurencija velika. Proces marketinga u veterinarskoj ambulanti uključuje niz strategija i aktivnosti koje su usmerene na privlačenje i zadržavanje ciljne grupe, odnosno vlasnika kućnih ljubimaca koji su u potrazi za kvalitetnom veterinarskom uslugom.

Uključujući istraživanje tržišta, razvoj marketinškog plana, promociju i oglašavanje, kao i odnos sa kupcima, marketing veterinarske ambulante ima za cilj povećanje svesti o njenim uslugama, privlačenje novih klijenata i zadržavanje postojećih.

U ovom procesu važno je usmeriti se na kvalitet usluge, edukaciju klijenata, uspostavljanje brenda i ugleda u industriji. Kao i u svakom drugom poslovnom sektoru, veterinarske ambulante se moraju suočiti sa izazovima poput konkurencije, promena u potrebama i preferencama klijenata i razvojem tehnologije.

## Veza marketinga veterinarske ambulante sa klijentima

Veza marketinga veterinarske ambulante sa klijentima je ključni aspekt uspešnog poslovanja veterinarske ambulante. Marketing veterinarske ambulante nije samo o promovisanju usluga, već i o stvaranju vrednosti za klijente. Kako bi veterinarska ambulanta uspešno privukla i zadržala klijente, ključno je razviti blisku i kvalitetnu vezu sa njima.

Jedan od načina za uspostavljanje kvalitetne veze sa klijentima je kroz edukaciju. Veterinarska ambulanta može edukovati klijente o zdravlju i nezi kućnih ljubimaca, o tome kako prepoznati simptome bolesti, kako sprečiti i lečiti različite bolesti. Kroz edukaciju klijenti će stvoriti poverenje u veterinarsku ambulantu i osećati se sigurno i zadovoljno kada je u pitanju briga za njihove ljubimce.

Osim edukacije, veterinarska ambulanta može razviti i različite programe lojalnosti koji će klijentima omogućiti dodatne pogodnosti i nagrade za korištenje njihovih

usluga. Na primer, veterinarska ambulanta može nuditi popuste na redovne preglede, besplatne savete i konsultacije, nagrade za preporuke novih klijenata.

Ključno za uspešnu vezu marketinga veterinarske ambulante sa klijentima je i redovna komunikacija. Veterinarska ambulanta može komunicirati sa klijentima putem telefona, e-pošte, društvenih mreža ili lično, kako bi se osiguralo da su klijenti informisani o novim uslugama, promenama u radnom vremenu ili drugim važnim informacijama. Takođe, redovna komunikacija sa klijentima omogućava veterinarskoj ambulanti da prati zadovoljstvo svojih klijenata i da prikuplja povratne informacije o kvalitetu svojih usluga.

## Saveti i strategije koje veterinarska ambulanta može primeniti u svom marketinškom planu

Marketing veterinarske ambulante uključuje niz strategija i taktika koje su usmerene na privlačenje i zadržavanje klijenata. Veterinarska ambulanta treba razviti marketinški plan koji odražava njene specifične potrebe i ciljeve i koristiti različite načine oglašavanja i komunikacije kako bi se povećala vidljivost.

Prvi korak u procesu stvaranja marketinškog plana veterinarske ambulante je istraživanje tržišta. Ovo uključuje analizu potreba i preferencija ciljne grupe, kao i identifikaciju konkurencije. Može razviti marketinški plan koji će privući ciljanu grupu i istaknuti njene prednosti u odnosu na konkurenciju.

Nakon što je razvijen marketinški plan, veterinarska ambulanta može početi sa promocijom svojih usluga. Promocija može uključivati različite marketinške načine poput oglašavanja u lokalnim medijima, društvenih mreža, pravljenju flajera i brošura, organizaciju događaja i sl.

Veterinarska ambulanta može i graditi svoj brend, poput stvaranja vizualnog identiteta (logo-a, boja, fontova), uspostavljanja jedinstvenog glasa (ton, stil pisanja), izgradnje ugleda (ocene, preporuke), itd. Brendiranje pomaže veterinarskoj ambulanti da se izdvoji od konkurencije i stvori prepoznatljivost.

Takodje može biti u partnerstvu sa drugim kompanijama i organizacijama kako bi proširila i poboljšala svoju vidljivost. Na primer, veterinarska ambulanta može da

bude partner sa prodavnicama kućnih ljubimaca, lokalnim parkovima, internatima ili uzgajivačnicama pasa kako bi se promovisali i privukli novi klijenti.

Veterinarska ambulanta može ponuditi besplatne savete i vodiče o zdravlju kućnih ljubimaca, ishrani, prevenciji bolesti itd. Ovo može biti u obliku blogova, video zapisa, flajera ili drugog obrazovnog materijala koji će pomoći korisnicima da brinu o svojim ljubimcima.

Ponuda raznih nagrada i popusta za privlačenje novih klijenata i zadržavanje postojećih. Ovo može uključivati popuste usluga, besplatne preglede za nove klijente, nagrade za lojalnost itd.