



VIRTUALNI ŽENSKI  
PODUZETNIČKI CENTAR

DOBRO DOŠLI NA EDUKACIJU

***Dobrom prezentacijom sebe i svog  
poduzetništva do tržišnog uspjeha!***

Sanela Dropulić

Voditeljica Virtualnog ženskog poduzetničkog centra





## TRŽIŠNI IZAZOVI

Glavna poglavlja poduzetničkog propitivanja:

- Ideja, razrada ideje
- Kapital
- Poslovni plan
- Pravni oblik
- Realizacija
- Pravni okviri





**Disciplina Nijemaca, upornost Japanaca,  
racionalnost Skandinavaca u kombinaciji s  
mediteranskom ležernošću i orijentalnom  
raskoši = hrvatski poduzetnik**



# Najnovije istraživanje provedeno u 23 države Europske Unije o poduzetničkoj klimi - Hrvatska zaposjela začelje po pet od jedanaest kriterija





## Poduzetnički početak je težak i zbog:

- rigidne administracije - neservilna i od pomoći poduzetnicima u počecima
- brojnih propisa
- negativna percepcija
- učestale izmjene propisa
- pravne nesigurnosti





# Uobičajene greške poduzetnika

*Razmišlja o poslu, ali ne razmišlja o promociji posla*

*Ne primjenjuje tržišno komuniciranje na pravilan način: „Ja mogu sve sam, moj proizvod/uslugu ja najbolje poznajem, sam sebi sve radim”*

*Ne izdvaja financijska sredstva za tržišno komuniciranje*

*Nema povjerenja u stručnjake i platforme za tržišno komuniciranje, često ih podcjenjuje i isključuje iz odlučivanja*



# Uobičajene greške poduzetnika

*o svojim proizvodima/uslugama sam informira tržište i klijente*

*Sam osmišljava svoj vizualni identitet (nekada čak i godinama)*

*Boji se i ne zna komunicirati s medijima*

*Ne koristi alate i kanale komunikacije s kupcima*

*Nema vremena za ažuriranje informacija o svom poslovanju,  
proizvodu i/ili usluzi*



## ŠTO TREBA PODUZETNIK RADITI

Promotivne aktivnosti sastavni su dio poduzetništva, vrijedne ulaganja, pozornosti i traže provedbu od samog početka

Za adresiranje javnosti postoje stručnjaci koji djelatnosti, proizvod i/ili uslugu profesionalno promoviraju i vode ka željenom cilju

Obavezno u planiranju troškova i investicija osiguravati sredstva za tržišno komuniciranje





## ŠTO TREBA PODUZETNIK RADITI

**Vjerovati profesionalcima, jer njihov angažman je potreban, a često i nije tako skup kako se poduzetnik pribojava**

*I prije početka poduzetničke aktivnosti napraviti plan tržišnih aktivnosti*

*I za male novce se može dobiti kvalitetan logo, vizualni identitet, moto poslovanja (nagrada igra, kompenzacije, volontiranje...)*



## ŠTO TREBA PODUZETNIK RADITI

*Inicirati i njegovati odnose s medijima uz potporu stručnjaka*

*Baze podataka, news letter, društvene mreže, čestitka za blagdane*

*Pravovaljana i točna informacija je imperativ poslovanja*



# TRŽIŠNO KOMUNICIRANJE

Tržišne komunikacije je... SVE!

Posjetnice, memorandum, nasmijano lice, odgovaranje na mailove, ljubazno javljanje na mobitel, kišobran s logom tvrtke...

- Vizulani identitet
- Obraćanje javnosti
- Adresiranje kupcima
- Komunikacija s medijima
- Suradnja s poslovnim partnerima
- Komunikacija sa zaposlenicima i svojom poslovnom okolinom



***SURADNJA S POSLOVNIM PARTNERIMA***

***PROSJEČNA IZGRADNJA KVALITETNOG POSLOVNOG UGLEDA I  
ODNOSA TRAJE 10 GODINA***

***PREPOZNATLJIVOST NA TRŽIŠTU, POVJERENJE, ODANOST I OTVARANJE  
NOVIH POSLOVNIH MOGUĆNOSTI***



**Kvalitetni interni odnosi (kupci,  
zaposlenici, poslovni partneri,  
obiteljski odnosi poduzetnika)**

**Kvalitetno i angažirano tržišno  
komuniciranje, kvalitetan rad,  
poduzetnost i upornost**



# ZAJEDNIČKI CILJ JAVNE PREZENTACIJE SEBE I SVOJEG PODUZETNIŠTVA

Stvaranje i jačanje ugleda i  
prepoznatljivosti na tržištu

Stvaranje i jačanje povjerenja kupaca





## ZAJEDNIČKI CILJ JAVNE PREZENTACIJE SEBE I SVOJEG PODUZETNIŠTVA

Ugodna radna sredina temeljena  
na uvažavanju klijenata, poslovnih  
partnera i zaposlenika

Otvaranje novih radnih mjesta  
i širenje poduzetničkih aktivnosti  
(85 % BDP-a u Bavarskoj ostvaruju  
mali i srednji poduzetnici do 5 zaposlenika)





VIRTUALNI ŽENSKI  
PODUZETNIČKI CENTAR

*Zahvaljujemo Vam na pozornosti!*

*info@poduzetnica.hr*

