

SADRŽAJ

UVOD.....	1
1. MARKETING STRATEGIJA NESTLE KOMPANIJE.....	1
1.1. Finansijski i marketinški ciljevi.....	2
1.2. Segmentacija.....	2
2.3. Diferencijacija.....	3
3. MARKETING MIKS NESTLE KOMPANIJE.....	3
3.1. Proizvod.....	4
3.2. Cena.....	4
3.3. Promocija.....	5
3.4. Distribucija.....	6
ZAKLJUČAK.....	7
LITERATURA.....	8
UVOD.....	1
1. MARKETING STRATEGIJA NESTLE KOMPANIJE.....	2
1.1. Finansijski i marketinški ciljevi.....	2
1.2. Segmentacija.....	2
2.3. Diferencijacija.....	3
3. MARKETING MIKS NESTLE KOMPANIJE.....	4
3.1. Proizvod.....	4
3.2. Cena.....	5
3.3. Promocija.....	5
3.4. Distribucija.....	6
ZAKLJUČAK.....	7
LITERATURA.....	8

UVOD

Kompanija Nestle je većini ljudi, pogotovo onima koji su ljubitelji kafe, poznata po svojim inovacijama, što ponudu ove kompanije i njenog Brenda čini originalnom, inovativnom i privlačnom.

Novi proizvodi Honduras, Kolumbija i Peru imaju specifičan ukus koji je rezultat klimatskih uslova regije u kojima je kafa uzgajana.

Ova kolekcija odlikuje se 100% kafom organskog porekla koja dolazi iz uzgoja poznatog, živopisnog područja zbog čega nova tri proizvoda nose naziv „kafa sa poreklom” i imaju specifičan ukus.

Brend Neskafe Dolče Gusto poznat je po pomeranju granica, od najnovijih tehnoloških rešenja i originalnog dizajna aparata za kafu, do široke palete vrhunskih ukusa kafe koja zadovoljava i najzahtevnije kupce koji iz dana u dan menjaju svoje želje, preferencije, i koji traže nešto novo i drugačije.

1. MARKETING STRATEGIJA NESTLE KOMPANIJE