



РЕПУБЛИКА СРБИЈА
УНИВЕРЗИТЕТ У НИШУ

МАШИНСКИ ФАКУЛТЕТ У НИШУ

На основу члана 33. став 3. Правилника о основним академским студијама

О Б А В Е Ш Т А В А

да ће студент **ФИЛИП НОВАКОВИЋ**

дана **15.07.2024.** са почетком у **12,00 часова**, у сали **401**,

Машинског факултета у Нишу, бранити дипломски рад под називом:

ТЕМА	Анализа маркетинг стратегије компаније Бамби
------	--

пред комисијом у саставу:

Ментор	проф. др Милош Милованчевић
Члан	доц. др Милена Рајић
Члан	доц. Др Зорана Станковић

РЕЗИМЕ

Компанија "Бамби" је један од водећих произвођача хране у Србији, познат по својим брендovima као што су Плазма, Бамби чоколаде и кекс производи. Циљ овог резимеа је да пружи увид у тренутну маркетинг стратегију компаније "Бамби" и идентификује кључне аспекте успеха и изазове са којима се суочава "Бамби" доминира у сегменту слаткиша и грицкалица на домаћем тржишту. Конкуренција у сегменту хране је јака, са ривалима као што су Несле и Монделез. Циљеви маркетинг стратегије су: Повећање тржишног удела кроз диверзификацију производње и ширење на нова тржишта. Побољшање препознатљивости бренда и лојалности потрошача. Кључне тактике и активности: Дигитални маркетинг: Фокус на друштвеним медијима и online кампањама ради ангажовања потрошача и креирања заједнице. Иновација производа: Развој нових укуса и варијација производа како би се задовољиле променљиве потребе потрошача. Локализација маркетинга: Прилагођавање кампања регионалним преференцијама и културама. Изазови компаније Бамби су: Снажна конкуренција на тржишту хране захтева сталну иновацију и побољшање ефикасности. Утицај економске нестабилности на потрошачку куповну моћ. Анализа успеха: Повећање тржишног удела и позитивне реакције потрошача на нове производе као индикатор успеха маркетиншких стратегија. Ефикасност дигиталних кампања мерена кроз ангажман и конверзије на online платформама. Овај рад садржи компетлну анализу маркетинг стратегије Компаније "Бамби" која успешно примењује разноврсне стратегије како би одржала своју позицију лидера на домаћем тржишту хране. Кључни фокус на иновацији, маркетинг стратегији, маркетинг окружењу, друштвеној одговорности, маркетинг миксу и прилагођавању регионалним преференцијама су кључни за даљи раст и успех компаније. Међутим, континуирана анализа и прилагођавање стратегија су неопходни ради суочавања са динамичним изазовима тржишта.

Кључне речи: маркетинг, анализа маркетинг активности, тржиште, конкуренција, маркетинг микс, сегментација тржишта

Ниш, 10.07.2024. год.