

МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЈА СА ЦИЉЕВИМА КОЈЕ ПРЕДУЗЕЋЕ ЖЕЛИ ДА ПОСТИГНЕ У ПЛАНСКОМ ПЕРИОДУ

Маркетинг стратегија има следеће елементе:

- Упознавање јавности о спектру делатности предузећа,
- Едуковати грађане о неопходности очувања животне средине и поступању са чврстим комуналним отпадом, као и о потреби примарне селекције отпада тј. селекције отпада у домаћинствима
- Израђивање едукативних програма за децу предшколског и основношколског узраста ради стварања навика о правилном одлагању смећа,
- Упознавање јавности са свим активностима и акцијама које Република, Град и ЈКП «Комрад» спроводе у току године (Акција очистимо Србију, Месец чистоће, Конкурс за најлепше двориште...)
- Помагање у издавању публикација из области очувања животне средине,
- Учествовање на сајмовима екологије и научним скуповима,
- Подржавање активности које доприносе очувању животне средине и подизању јавне свести о екологији (учествовање запослених ЈКП „Комрад“ у изради ЛЕАП документа),
- Приближити грађанима проблематику, значај и последице неодговорног понашања према отпаду,
- Активно учешће с медијима који прате позитивна и негативна понашања корисника услуга.