



Санкт-Петербургский  
государственный  
университет  
[www.spbu.ru](http://www.spbu.ru)

# ВТЛ-РЕКЛАМА: ДОСТОИНСТВА И НЕДОСТАТКИ РАЗНЫХ ВИДОВ РЕКЛАМЫ

ВАН ПИН  
Б02



- Вся реклама делится на ATL и BTL средства. Итак, что же представляет из себя BTL? BTL средства рекламы включают в себя весь спектр рекламных услуг, не связанных со СМИ, кино и наружной рекламой, другими словами ни один из носителей прямой рекламы, которая влияет на покупателя через передающийся ему визуальный или слуховой образ, т.е. ATL средства.



- ВТЛ помогает потребителю лучше сориентироваться среди многообразия товаров. Чтобы выбрали именно ваш товар необходимо, чтобы товар выделялся среди конкурентных марок и привлекал к себе внимание потребителя; чтобы внимание перешло в заинтересованность именно этим товаром; чтобы потребитель знал все преимущества данного товара по сравнению с товарами конкурентами; чтобы покупатель увидел товар в действии.



- МЕТОДЫ VTL средств рекламы:1. Выставки и ярмарки, розыгрыши, лотереи, концерты, фестивали и праздники2. Промо-акции. Подразделяются на: а) сбытовые промо-акции, которые служат для непосредственного увеличения объемов продаж. Таким способом продвигаются хорошо зарекомендовавшие себя на рынке торговые марки; б) клиентские или информационные промо-акции. Они демонстрируют уникальные характеристики и полезные качества товара и используются в основном для продвижения продукта, который впервые выводится на рынок. С их помощью обеспечивается определенное количество контактов с покупателем; в) совместные или кросс-промо. Помогают параллельному продвижению двух родственных продуктов и используются относительно групп товаров смежного потребления (чай/кофе и кондитерские изделия, пиво и сухарики и т.п.)3. Торговые конференции4. Интернет-конференции5. Спонсорство6. Мерчандайзинг. Разрабатывает выкладки товара на рабочем прилавке наиболее благоприятные для его продвижения, одновременно занимается мониторингом рынков и цен7. Установление многоступенчатых программ по стимулированию сбыта8. Корпоративное мероприятие9. Внутриотраслевое мероприятие (b-t-b party)10. Разработка программ лояльности11. Управление базами данных



- Стимулирование сбыта имеет как положительные стороны, так и отрицательные. К положительным относятся:1. Она стимулирует к дальнейшим действиям2. Изменяет соотношение цены и ценности предлагаемой продукции3. Помогает определить дополнительные мотивы побуждающие купить продукцию4. Стимулирует повторные покупки5. Увеличивает частоту и/или объем покупок



- Стимулирование сбыта имеет как положительные стороны, так и отрицательные. К положительным относятся:1. Она стимулирует к дальнейшим действиям2. Изменяет соотношение цены и ценности предлагаемой продукции3. Помогает определить дополнительные мотивы побуждающие купить продукцию4. Стимулирует повторные покупки5. Увеличивает частоту и/или объем покупок



# *СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ*

