

Синхромаркети НГ.

Синхромаркетинг - маркетинг, применяющийся в условиях нерегулярного спроса при торговле товарами сезонного потребления, либо подверженным иным циклическим или непредсказуемым спадам конъюнктуры.

Задачей синхромаркетинга является поиск способов сглаживания колебаний спроса с помощью гибких цен, методов продвижения и других инструментов маркетинга.

Эффективным средством синхромаркетинга является поочередный переход на различные географические и другие сегменты рынка.



Например, снижение объемов продажи туристических путевок зимой побуждает турфирмы внедрять политику льготных цен. Именно в это время вместо приглашения к отдыху на Адриатическом побережье приходит предложение изучения английского языка в Лондоне и Кембридже.

The image shows a sample of a Russian Tourist Voucher (Туристская путевка) issued by 'ТУР ЦЕНТР'. The document is a form with various fields for details of the tour, including the type of product, the tour name, the number of participants, and the price. The voucher is numbered '000501' and is dated 'Серия ТП'. The company information includes the name 'Общество с ограниченной ответственностью «ТУРИСТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР», ООО «ТУР ЦЕНТР»', address '141013, МО, с. Мытищи, ул. Тельманов, д. 6', and contact details like phone and email. There is also a section for the tour description and a signature line for the organizer.

The image shows a stack of several Russian Tourist Vouchers (Туристские путевки) from 'ТУР ЦЕНТР'. The top voucher is clearly visible, showing the same details as the one in the first image. The stack is slightly offset, showing multiple copies of the document. The vouchers are numbered '000501' and are dated 'Серия ТП'. The company information is consistent with the first image.



Рестораны, переполненные в вечернее время, пустуют в течение дня.

Для компенсации этого фактора большинство заведений предлагают посетителям не дорогие бизнес-ланчи.

Это может относиться к компаниям, продающим новогодние игрушки.

При отсутствии спроса на товар в летнее время, его продают по сниженной цене - с расчетом на небогатых или экономных покупателей.



Многие виды
городского
пассажирского
транспорта
основную часть
рабочего времени
недогружены,
однако их явно не
хватает в часы пик.

