КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА



МАРКЕТИНГОВЫЕ

Телевидение

Радио

Пресса

Наружная реклама

Транспортная

реклама

Реклама в

Интернете Спонсорство

Выставки

Личные продажи

Прямой

маркетинг

Public Relations

ATL

BTL

РЕКЛАМ

4

РЕКЛАМА

РЕКЛАМНЫЕ СРЕДСТВА

(использование запахов)

воздействующие

НА ОБОНЯНИЕ

(печатные изображения)

ГРАФИЧЕСКИЕ

(объявления по радио)

AKYCTNYECKNE

ВИЗУАЛЬНО – ЗРЕЛИЩНЫЕ (клипы, фильмы, презентация) ПРЕДМЕТНЫЕ (предметы с логотипом) ДЕКОРАТИВНЫЕ (предметы в интерьере)



Канал распространения

— это способ тиражирования рекламного обращения и доставки его до широкой публики, распространения его во времени и пространстве

	Акуст.	Граф.	Визуал.	Декор.	Предмет.
Радио					
Пресса					
ТВ, кино					
Места продажи					
На улицах					
В транспорте					

Виды рекламы

ИМИДЖЕВА Я

Цели

Благоприятные ассоциации у потребителей

Повышение осведомленности

B

Ценности бренда

СБЫТОВ АЯ

Цель

Рост продаж

В основе: Выгоды потребителя

Сбытовая



Имиджевая реклама

jacksonhearl.com + 601-982-7850

Our cardiologists don't work on just any heart.



ЛИЧНЫЕ ПРОДАЖИ

ПРОДА ЖА



СБОР ИНФОРМАЦИИ

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮЯ

Спонсорств

0

Выпуски на

TB



Оплачиваемые

статьи

Пресс-

конференции

Посещение объектов

> Размещение информации в Интернете





3A	ПРОТИВ	
Формирование и поддержание корпоративного имиджа	Нет контроля над исходящей	
Большой охват аудиторий	информацией	
Привлечение лидеров мнений		











СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА





Стимулирование сбыта

3A	ПРОТИВ	
Стимул к действию	Может создать беспорядочную ситуацию	
Изменяет соотношение цены и	Может привести к установлению	
ценности предлагаемой	заниженных розничных цен	
продукции		
Выявляет побуждающие к покупке	Уменьшает охват целевой	
МОТИВЫ	аудитории	
Увеличивает частоту покупок или	Может привести к обесценению	
объем	бренда	



Еще раз о потребителях...

Показатель	в2С рынок	В2В рынок
Маркетинг	Массовый и дифференцированны й	Партнерский
Фокус маркетинга	Потребности типичного клиента	Конкретные компании
Исследовани я	Широкий спектр методов	Глубинное интервью
Коммуникаци и	Реклама и стимулирование сбыта	Прямой маркетинг

Что выбрать?

