

КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА: ПРОДВИЖЕНИЕ

.

- Комплекс маркетинга – это набор поддающихся контролю переменных компонентов, совокупность которых позволяет решить маркетинговые задачи в отношении целевых рынков.

Комплекс маркетинга включает в себя

4 переменных компонента:



Продвижение

- это элемент комплекса маркетинга, который обеспечивает связь ключевых маркетинговых посланий с целевыми аудиториями.
- это действия, с помощью которых компания распространяет сведения о достоинствах своего товара и убеждает целевых потребителей покупать его.

Реклама

- любая оплачиваемая форма неличного представления и продвижения идей, товаров и услуг.



Стимулирование сбыта

- разнообразные краткосрочные поощрительные акции, направленные на стимулирование покупки или апробирование товара или услуги.



Паблик рилейшнз

- разнообразные программы, созданные для продвижения и (или) защиты имиджа компании и ее товаров.



Личная продажа

- непосредственное взаимодействие с одним или несколькими потенциальными покупателями в целях организации презентаций, ответов на вопросы и получения заказов.



Прямой маркетинг

- использование почты, телефона, факса, электронной почты и других неличных средств связи для прямого воздействия на действительных или потенциальных **КЛИЕНТОВ.**



Функции продвижения:

- • Информирование потребителей о товаре и его параметрах.
- • Формирование образа престижности, низких цен и инноваций.
- • Поддержание популярности товаров и услуг.
- • Изменение стереотипов восприятия товара.
- • Стимулирование участников системы сбыта.
- • Продвижение более дорогих товаров.
- • Благоприятная информация о предприятии.

**Спасибо за
внимание!!!**