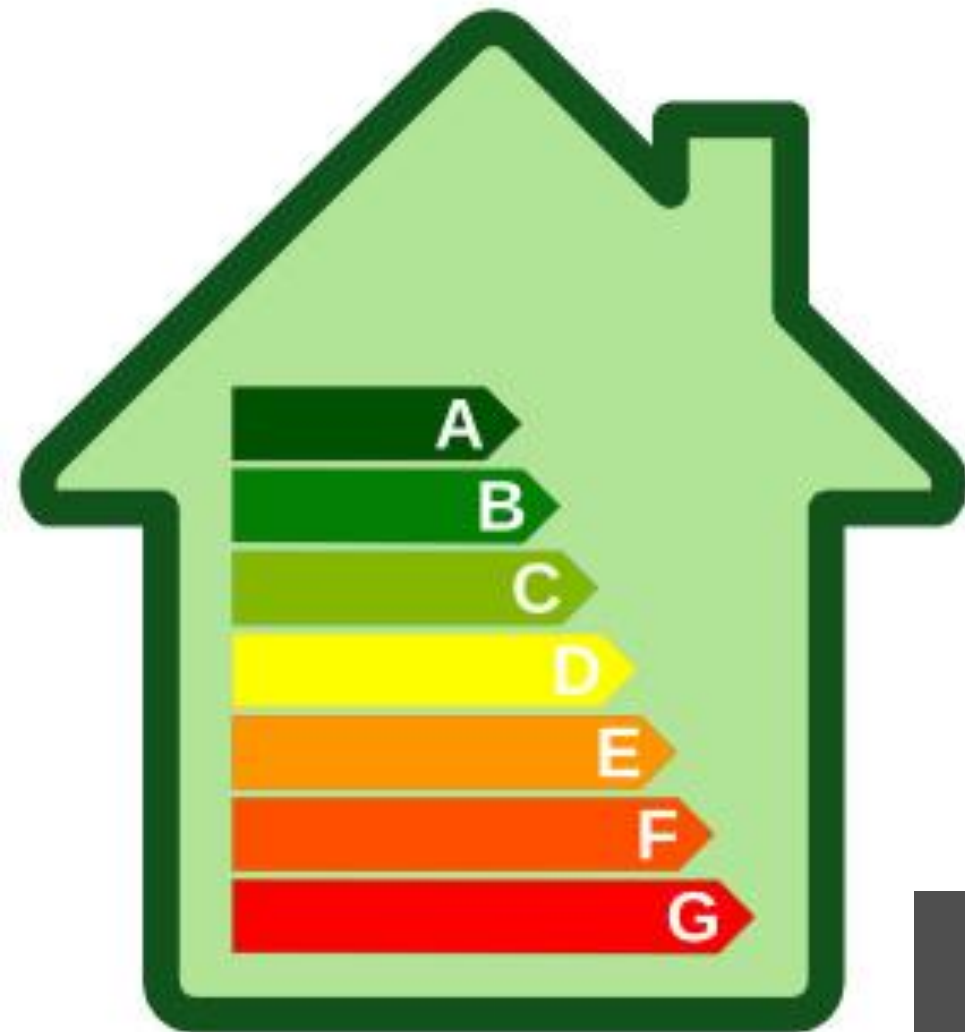


СРЕДСТВА СТИМУЛИРОВАНИЯ СБЫТА: ВИДЫ И ОСОБЕННОСТИ



Выполнил

СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА -

- ⊙ использовании различных **приёмов** на протяжении всего жизненного цикла товара **для воздействия** на покупателя, оптового продавца (посредника), продавца **с целью** увеличения продаж/объема сбыта, а также для увеличения числа новых покупателей.
- ⊙ многообразные **средства кратковременного воздействия** - купоны, премии, конкурсы, зачёты за покупку - которые призваны **стимулировать** потребительские рынки, сферу торговли и собственный торговый персонал фирмы.

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПО СТИМУЛИРОВАНИЮ СБЫТА ПРЕДПОЛАГАЕТ:

- ▶ постановка задач
- ▶ выбор средств стимулирования
- ▶ разработка, предварительное апробирование и претворение в жизнь соответствующей программы
(кого стимулировать? и каким способом?)
- ▶ оценка достигнутых результатов



ОБЪЕКТАМИ СТИМУЛИРУЮЩИХ ВОЗДЕЙСТВИЙ ЯВЛЯЮТСЯ:

- Покупатели (потребители);
- Деловые партнёры;
- Торговый персонал

В соотв
выби



усилий
ания.

ОБЫЧНО ОРГАНИЗАЦИИ
ИСПОЛЬЗУЮТ НЕСКОЛЬКО МЕТОДОВ
ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКТОВ !

**Совместное использование рекламы и
методов стимулирования сбыта**

Купоны, бесплатное испытание, бесплатное предоставление образцов, денежные премии за «пакетные продажи», лотереи, конкурсы, возвращение части цены, премии (подарки), продажа по сниженным ценам.

ГРУППЫ СРЕДСТВ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПО ЦЕЛЯМ:

- ▶ **предложение цены**
(продажа по сниженным ценам, льготные купоны, талоны, дающие право на скидку);
- ▶ **предложение в натуральной форме**
(премии, образцы товара);
- ▶ **активное предложение**
(конкурсы покупателей, игры, лотереи).

ЦЕНОВОЕ СТИМУЛИРОВАНИЕ

Из двух аналогичных товаров разных марок покупатель **купит более дешевый**, но он с *подозрением* отнесется к товарам, которые слишком часто предлагаются с этикеткой «**специальная цена**».



ВРЕМЕННОЕ СНИЖЕНИЕ ЦЕН НА ТОВАРЫ

Недостатки

- ⊙ не создается круг надежных постоянных клиентов;
- ⊙ разрушает имидж товара, не обеспечивает должного воздействия на потребителя

Достоинства

- ⊙ заранее точно оценивать стоимость операции, быстро организовать ее в простых формах;
- ⊙ максимально сократить сроки проведения акции (без предварительной подготовки - в случаях, где требуется немедленно отреагировать на действия конкурентов)

Эта мера эффективна в тех случаях, когда **цена играет решающую роль**

 *рекламно-информационные сообщения + осязаемое снижение цен*

СТИМУЛИРОВАНИЕ НАТУРОЙ

ЦЕЛИ:

- ⊙ Дать потребителю **дополнительное количество товара**, что принципиально отличается от снижения цен, целью которого является экономия денег;
- ⊙ Придать более разносторонний и предметный **характер контактам** между предприятием и потребителями.

СТИМУЛИРОВАНИЕ НАТУРОЙ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ПРИРОДЫ ТОВАРА



ВИДЫ ПРЕМИЙ:

◎ Прямая премия

- либо заключена в самом товаре;
- либо прикреплена к упаковке товара;
- либо выплачивается покупателю в кассе на выходе из магазина.

премия для детей и полезная премия

◎ Предложение прямой премии с привлечением торговой точки

В дополнение к покупке товара, делаются другие покупки на определенную сумму.

◎ Премия с отсрочкой

направить по определенному адресу доказательства покупки, после - вручена премия по почте.

◎ Упаковка, пригодная для дальнейшего использования

◎ Самооплачивающаяся премия

высококачественный товар по довольно низкой цене при условии представления доказательств покупки другого товара

◎ Постоянная премия (Киндер-Сюрприз-применение образцов)

АКТИВНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ



ЛОТЕРЕИ, ИГРЫ, КОНКУРСЫ...



ГЛАВНЫЙ ПРИЗ CITROËN C3 PICASSO

Новый C3 Picasso – мечта каждого жителя мегаполиса. Уникальный дизайн, удобство, практичность, компактность. Сев за руль этого автомобиля однажды, Вы уже не сможете от него отказаться.



Велосипед



C3 Picasso



Путешествие

СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА

- это искусство и наука превращения благоприятного отношения к вашему товару или услуге в немедленную покупку.



СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА,
ПОДКРЕПЛЯЕТ, НО НЕ ЗАМЕНЯЕТ
РЕКЛАМУ, ПЕРСОНАЛЬНУЮ
ПРОДАЖУ И СОЗДАНИЕ
ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ!



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

