

# **ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОМО-АКЦИЙ ДЛЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА Г. МИНСКА**

**Руководитель: доцент, кандидат экономических наук Грек  
Наталья Георгиевна**

# ОГЛАВЛЕНИЕ

- I. Актуальность работы
- II. Цель работы
- III. Задачи работы
- IV. Объект и предмет исследования
- V. Научная гипотеза
- VI. Основные результаты
- VII. Положения, выносимые на защиту

# АКТУАЛЬНОСТЬ РАБОТЫ

- В условиях высокой конкуренции поиск и оценка эффективных способов продвижения товара играет важную роль для успешной деятельности компании. Все возрастающее количество участников рынка предлагает потребителям все большее количество товаров и услуг, увеличивая поток рекламной информации
- Происходит пресыщение прямой рекламой у потребителей, что часто вызывает негативные эмоции
- Появляется необходимость использования новых и эффективных способов стимулирования продаж.
- Это подтверждает актуальность выбранной темы.
- Промо -акции облегчают выбор потребителей,
- Промо -акции повышают лояльность потребителей.
- Промо -акции стимулируют продажи



# ЦЕЛЬ РАБОТЫ

- Определить эффективность использования промо-акций для предприятий малого и среднего бизнеса г. Минска



# ЗАДАЧИ РАБОТЫ

- Исследовать сущность и особенности различных видов промо-акций
- Исследовать сущность и особенности использования промо-акций в г. Минске
- Изучить опыт использования промо-акций успешными зарубежными предприятиями
- Внести предложения по использованию промо-акций для конкретного предприятия
- Определить эффективность использования промо-акций



# ОБЪЕКТ И ПРЕДМЕТ ИССЛЕДОВАНИЯ

- Объект исследования – промо-акции для малого и среднего бизнеса
- Предмет исследования – эффективность промо-акций для малого и среднего бизнеса



# НАУЧНАЯ ГИПОТЕЗА

- Использование промо-акций современными предприятиями является эффективным инструментом продвижения и стимулирования сбыта.



# ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

- Исследование особенностей использования промо-акций отечественными и зарубежными предприятиями
- Разработка промо-акций для конкретного предприятия
- Анализ экономической эффективности использования промо-акций





# ПОЛОЖЕНИЯ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ

- Жесткая конкуренция на рынке рекламы вынуждает прибегать к различным рекламным акциям и неординарным маркетинговым идеям. Вместе с тем масштабы осуществления рекламной деятельности в Беларуси по сравнению с европейскими странами значительно меньше. Этот факт предоставляет возможность использования успешного опыта зарубежных стран, разрабатывая и реализуя свои идеи по продвижению и стимулированию.



# ПОЛОЖЕНИЯ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ

- Промо-акции позволяют выстраивать коммуникации непосредственно с целевыми потребителями при наличии огромного числа конкурентов в виде новых и старых брендов, присутствующих на целевом рынке, эффективно используя рекламный бюджет
- Использование промо-акций позволяет установить прямую обратную связь между производителем и целевой аудиторией, и дает возможность адекватной оценки эффективности проводимых мероприятий



The background features a vertical color gradient from light yellow at the top to dark green at the bottom. It is adorned with stylized, semi-transparent green flowers and leaves. Abstract white light effects, including bokeh circles and thin, curved lines, are scattered across the scene. A thin, horizontal orange line is positioned near the top edge.

**СПАСИБО ЗА  
ВНИМАНИЕ**