

Стимулирование сбыта



Что такое стимулирование?

Стимулирование сбыта – кратковременные меры, направленные на ускорение покупки или интенсификацию продажи, связанные за счет предоставления стимулируемому **специального бонуса.**



Направление стимулирования

1. Стимулирование покупателей
2. Стимулирование посредников
3. Стимулирование собственного персонала



Классификация методов

1. Сплошное стимулирование:
 - бонус (скидку, подарок и т.д.)
получает каждый

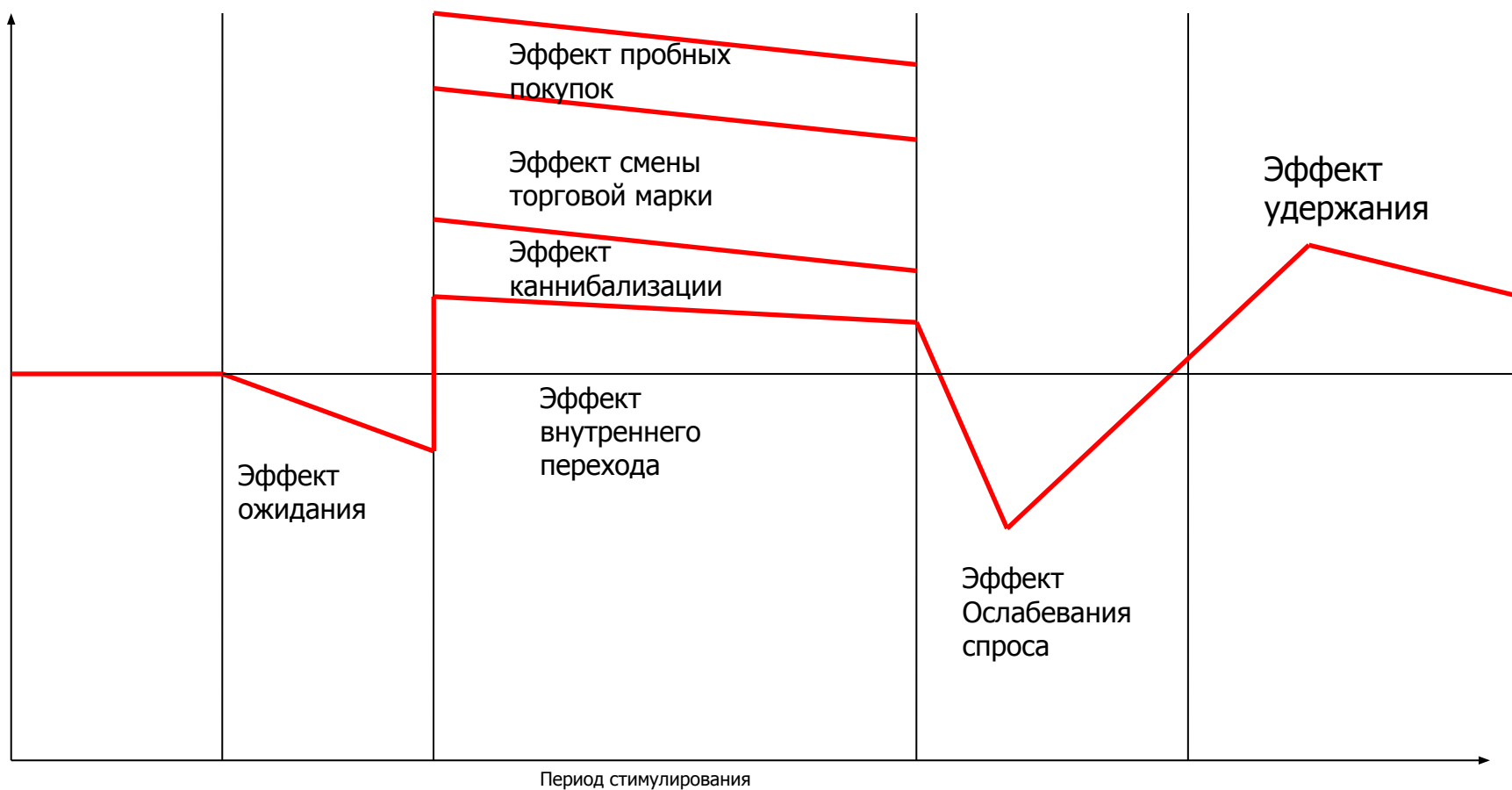
2. Выборочное стимулирование:
 - бонус (скидку, подарок и т.д.)
предоставляется выборочно



Стимулирование конечных покупателей

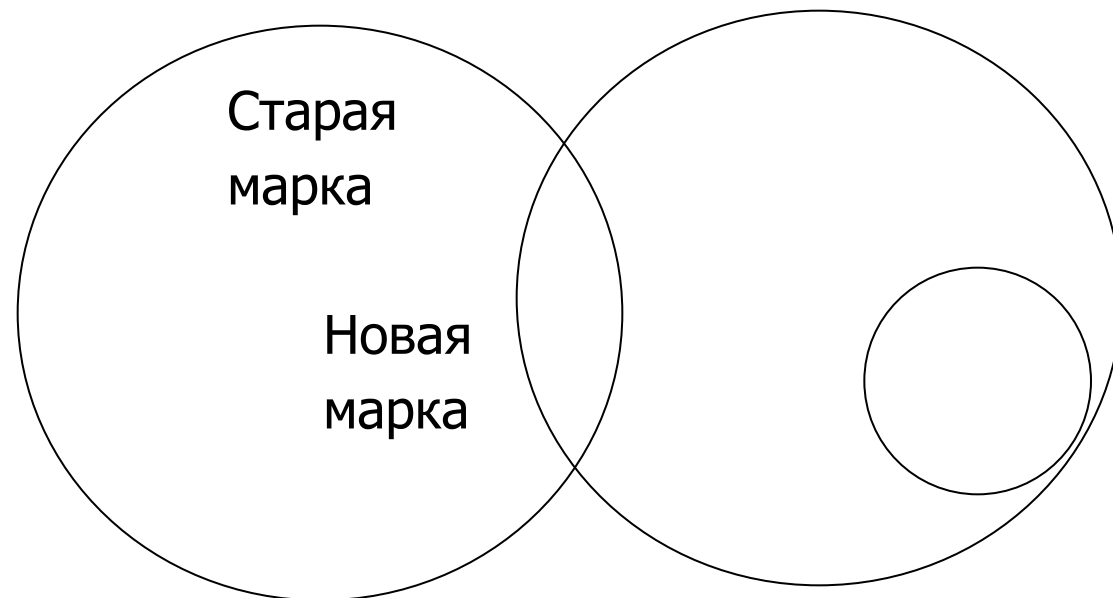
- бесплатные образцы товара;
- разнообразные скидки;
- подарки;
- зачётные талоны (Catalina);
- экспозиция и демонстрация товара в местах продажи;
- конкурсы, лотереи, игры;
- предоставление бесплатных сервисных услуг;
- предоставление увеличенного срока гарантии

Влияние СС на потребителей





Эффект каннибализма 1



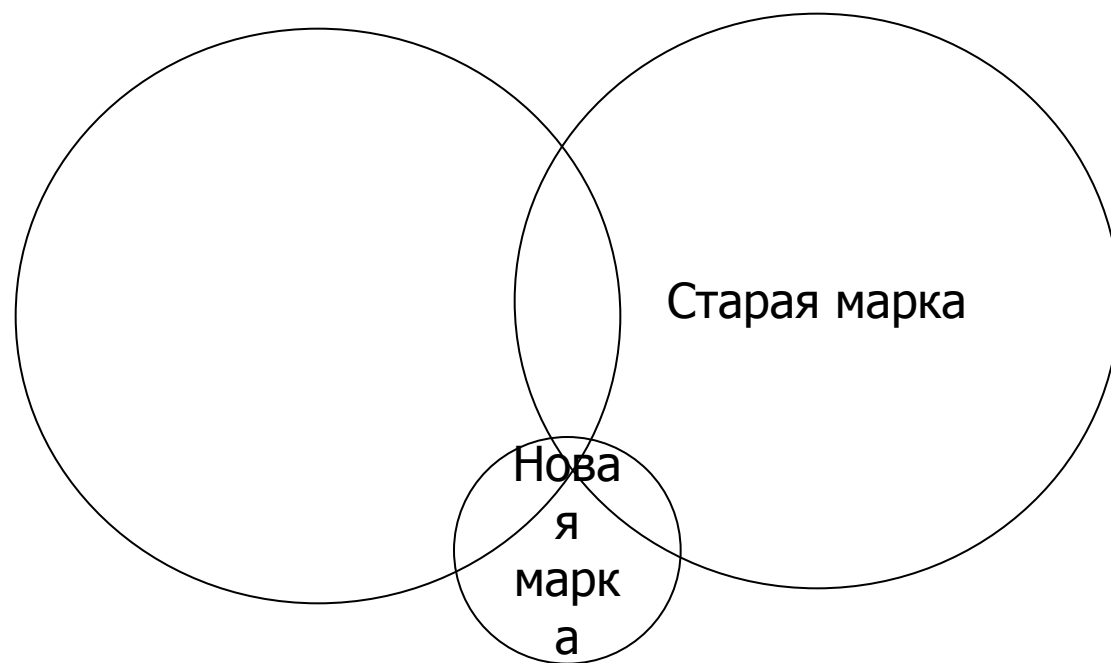


Эффект каннибализма 2





Эффект каннибализма 3





Эффект каннибализма 4





Стимулирование торговли

Стимулирование покупки:

- скидки за объём закупки;
- скидки за предоставление сервисного обслуживания;
- премии лучшим закупщикам.

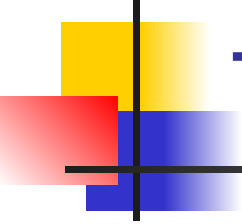
Стимулирование дальнейшей продажи:

- семинары, обучение, консультации;
- совместное финансирование рекламных кампаний;
- совместное участие в выставках и ярмарках;
- предоставление бесплатных рекламных материалов



Влияние СС на торговлю

1. Эффект отсрочки
2. Эффект затоваривания
3. Девиантные заказы (магазины дискаунтеры)



Стимулирование собственного торгового персонала

- система зарплаты и премирования, основанная на выполнении плана по объёму продаж;
- подарки, сувениры и т.д.;
- система продвижения по службе.



Отличительные черты

Большинство методов основано на импульсном воздействии на объект, поэтому стимулирование не может быть постоянной величиной, возникает время от времени и по определённым поводам



Отличительные черты

Мероприятия по стимулированию сбыта имеют быструю отдачу, но и эффект от их воздействия быстро затухает



Отличительные черты

В настоящее время наблюдается тенденция роста затрат на стимулирование сбыта по причине обострения конкуренции между торговыми марками товаров широкого потребления. Следовательно, применение методов стимулирования сбыта требует оригинальных творческих решений.



Отличительные черты

Особое место в стимулировании
занимает реклама на месте продажи
(P.O.S. materials– point of sale) –
красивые ценники,
демонстрационные стенды, наклейки,
специальная выкладка товаров,
деятельность промоутеров



Отличительные черты

Основным результатом применения метода является увеличение объёма продаж, хотя лотереи, розыгрыши с призами и т. п. могут применяться и для других коммуникационных целей



Отличительные черты

Основной метод планирования бюджета на мероприятия по стимулированию сбыта – получение целевой прибыли на основе достижения определённого дополнительного объёма продаж. Две основных составных части бюджета – затраты на бонусы и затраты на рекламу



Негативные эффекты СС

1. **Эскалация стимулирования** (копирование Ваших действий)
2. **Ослабление торговой марки** (чрезмерное СС приводит к ослаблению имиджа)

Примеры акций по СС



БАЗА ДАННЫХ
по предприятиям, организациям
Самарской области

WWW.TWINMEDIA.RU

TWIN MEDIA Реклама на чековой ленте: тел. 47-63-47

КРУГЛОСУТОЧНО
64-07-07
СПРАВОЧНАЯ
о товарах, услугах и ценах
в Самаре, городах России и СНГ

БЕСПЛАТНАЯ

TWIN MEDIA Реклама на чековой ленте: тел. 47-63-47

ДЕНЬ И НОЧЬ—ЕДИНЫЙ ТАРИФ

САМАРСКОЕ ТАКСИ
Подача автомобиля в течение 5-10 минут

Т. 008

ДОВЕРЬТЕСЬ ПРОФЕССИОНАЛАМ!

Вызов такси по телефонам: 008, 24-09-97
Предъявителю купона—вызов такси и посадка бесплатно

TWIN MEDIA Реклама на чековой ленте: тел. 47-63-47

ПОДАРОК
до 5% от заказа

пластиковые
ОКНА И ДВЕРИ
гарантия - 5 лет
гибкая система скидок

ООО "ДЕЛО"

Самара, ул. Садовая 229, т/329-369, т/ф 424-234

TWIN MEDIA Реклама на чековой ленте: тел. 47-63-47

-15%
скидка
предъявителю
чека

ПРАЗДНИЧНАЯ РАСПРОДАЖА
женской одежды
в салоне

LAURA LEBEK

LAURA LEBEK T U Z Z I
все размеры! до 60-го!

-15%
скидка
предъявителю
чека

на всю коллекцию
СКИДКИ!

Самарская, 131, т. 70-88-52

TWIN MEDIA Реклама на чековой ленте: тел. 47-63-47

КРУГЛОСУТОЧНО
64-07-07
СПРАВОЧНАЯ
о товарах, услугах и ценах
в Самаре, городах России и СНГ

БЕСПЛАТНАЯ

TWIN MEDIA Реклама на чековой ленте: тел. 47-63-47



БАЗА ДАННЫХ
по предприятиям, организациям
Самарской области

WWW.TWINMEDIA.RU

TWIN MEDIA Реклама на чековой ленте: тел. 47-63-47

Europa PLUS

МУЗЫКАЙФ!

TWIN MEDIA Реклама на чековой ленте: тел. 47-63-47

ГАМАРА ТАКСИ

ПАССАЖИРСКИЕ ГРУЗОПЕРЕВОЗКИ

**МЫ ДОСТАВИМ ВАС И ВАШ ГРУЗ
В ЛЮБУЮ ТОЧКУ ГОРОДА,
ОБЛАСТИ, РОССИИ**

46-46-46 59-46-38

TWIN MEDIA Реклама на чековой ленте: тел. 47-63-47

КРУГЛОСУТОЧНО
64-07-07
СПРАВОЧНАЯ
о товарах, услугах и ценах
в Самаре, городах России и СНГ

БЕСПЛАТНАЯ

TWIN MEDIA Реклама на чековой ленте: тел. 47-63-47

ЗАО "Комсомольский Мясокомбинат"

- ВАРЕННЫЕ КОЛБАСЫ
- САРДЕЛЬКИ
- СОСИСКИ
- ПОЛУКОПЧЕННЫЕ КОЛБАСЫ
- СЕРВЕЛАТЫ
- ДЕЛИКАТЕСЫ
- ПОЛУФАБРИКАТЫ

отдел сбыта:
(8482) 243-747, 244-464

TWIN MEDIA Реклама на чековой ленте: тел. 47-63-47

МУЗЕНИДИС ТРЭВЕЛ
ТУРОПЕРАТОР ПО ГРЕЦИИ

ПРЕДЪЯВИТЕЛЮ
СКИДКА 30 У. Е.
только до 31.05.04 года

*скидка распространяется на все предложения компаний по Греции

тел. (+7 8462) 32-19-67
42-81-49, 42-81-15 (доб. 134)

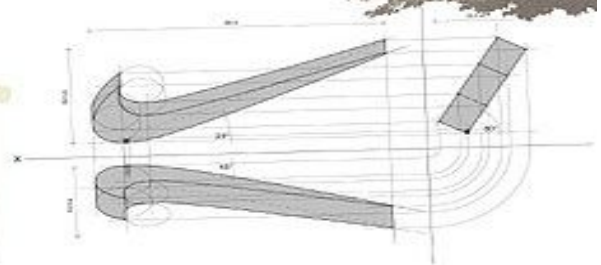
Примеры акций по СС сетевое стимулирование



Использование различных приемов для имиджа

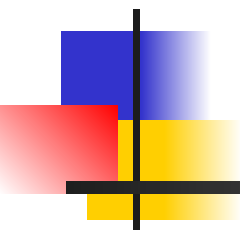


Nike Monument / Project for Nikeplatz (formerly Karlsplatz) / Vienna, Austria 2003



Использование различных приемов для имиджа





Связи с общественностью



Что такое PR?

налаживание отношений с различными контактными аудиториями с целью:

- создания благоприятного имиджа компании,
- пропаганды товаров/услуг и деятельности фирмы в целом как полезных для общества в целом,
- устранения нежелательных слухов, сплетен и комментариев



Направления PR

Подготовка и рассылка пресс-релизов.
(Пресс-релиз: краткое
информационное сообщение объемом
примерно один лист, освещающее
некое событие в деятельности
компании).



Направления PR

Проведение пресс-конференций и презентаций с приглашением представителей СМИ, с целью получения публикаций в СМИ



Направления PR

Организация соревнований, конкурсов, и пр., направленных на популяризацию товаров и услуг, которые освещаются СМИ на безвозмездной основе



Направления PR

Лобби в правительстве и общественных организациях по поводу используемых ими товаров и услуг и т.д.



Направления PR

Бесплатные консультации о назначении, использовании товаров или услуг, производимых фирмой среди населения



Направления PR

Издание и распространение бесплатных журналов, газет, пропагандирующих не обязательно данный товар, но связанные с ним события.



Направления PR

Организация общественных организаций, деятельность которых направлена на популяризацию товара, услуги, образа жизни .

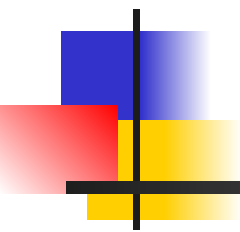


Направления PR

Патронаж – поддержка гуманитарного, научного или культурного проекта, представляющего общественный интерес.

Сочетание Рекламы, PR и СС Декатлон и Евросеть





Маркетинг событий



Что такое МС?

Создание методами продвижения альянсов нашей торговой марки с другими торговыми марками или, чаще, с общественными событиями, людьми, предметами и другими объектами, имеющими важное значение для покупателя с точки зрения его системы жизненных ценностей



С чем можно создавать альянс?

Отдельное общественное событие, которое уже есть и которое еще «никто не взял», не акцентировал на нем внимание

Новое событие, которого нет, но мы его «создаем», «высвечиваем» (Компьютеры для школ)

Большая и сильная благотворительная организация или фонд

Молодая и еще пока неизвестная организация