



ПРЕЗЕНТАЦИЯ КАК ЭФФЕКТИВНАЯ ФОРМА РЕКЛАМНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Подготовила: Толченицына Дарья

Группа П2/Б6011

ПОНЯТИЕ ПРЕЗЕНТАЦИИ

Презентация – это цепь накладывающихся друг на друга событий, а именно: 1) пресс-конференционная часть, 2) презентационная часть, 3) неформальное общение, 4) сопровождение общения, 5) прощание.

ПО ПРИНЦИПУ ПРОВЕДЕНИЯ ПРЕЗЕНТАЦИИ ДЕЛЯТСЯ НА:

- закрытые презентации;
- открытые презентации.

ФИРМЕННЫЕ ПРЕЗЕНТАЦИИ (ОТКРЫТИЕ)



ФИРМЕННЫЕ ПРЕЗЕНТАЦИИ (ЗАКРЫТЫЕ)



ЭТАПЫ ПРОВЕДЕНИЯ ПРЕЗЕНТАЦИИ

1. Постановка задачи.
 2. Определение целевой аудитории.
 3. Расчет затрат на проведение.
 4. Составление плана проведения.
 5. Заказ оборудования, одежды.
 6. Выбор форм отчетности на период проведения.
 7. Подбор персонала.
 8. Инструктаж персонала.
 9. Проведение презентации.
 10. Анализ результатов.
-

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ



РАСЧЁТ ЗАТРАТ НА ПРОВЕДЕНИЕ ПРЕЗЕНТАЦИИ

- Определение времени;
 - Количество персонала;
 - Количество расходного материала;
 - Дополнительные расходы.
-

СОСТАВЛЕНИЕ ПЛАНА ПРОВЕДЕНИЯ



ФОРМА ДЛЯ ПЕРСОНАЛА



РЕКЛАМНЫЕ МАТЕРИАЛЫ



ПОДБОР ПЕРСОНАЛА



ПРОВЕДЕНИЕ ПРЕЗЕНТАЦИИ



ДЕГУСТАЦИЯ И ДЕМОНСТРАЦИЯ ТОВАРОВ





ЗАКРЫТЫЕ ПРЕЗЕНТАЦИИ



