

БЕЛОРУССКИЙ РЕСПУБЛИКАНСКИЙ СОЮЗ  
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ОБЩЕСТВ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ  
«БЕЛОРУССКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ»

**ПРЕЗЕНТАЦИЯ  
НА ТЕМУ  
«МИРОВОЙ ОПЫТ  
ТЕЛЕВИЗИОННОЙ  
ТОРГОВЛИ»)**

• **ТЕЛЕВИЗИОННАЯ ТОРГОВЛЯ -  
ПРОДАЖИ, СДЕЛАННЫЕ С  
НАЧАЛЬНЫМ КОНТАКТОМ ПО  
ТЕЛЕФОНУ.**





**СЕГОДНЯ БОЛЕЕ 60 МЛН ЧЕЛОВЕК ИМЕЮТ  
ДОСТУП К ТОРГОВОБЫМ ТЕЛЕСЕТЯМ. НАИБОЛЕЕ  
ИЗВЕСТНЫЕ ИЗ НИХ – HOMESHOPPING,  
NETWORK И QVS**



**ВСЯ ОПЕРАЦИЯ МОЖЕТ ИМЕТЬ МЕСТО ПО ТЕЛЕФОНУ, ИЛИ ТЕЛЕФОННЫЙ ЗВОНОК МОЖЕТ ИСПОЛЬЗОВАТЬСЯ, ЧТОБЫ НАСТРОИТЬ НАЗНАЧЕНИЕ ДЛЯ ВЕБ-КОНФЕРЕНЦИИ ИЛИ ЛИЧНО НАЗНАЧЕНИЕ С ТОРГОВЫМ ПРЕДСТАВИТЕЛЕМ.**

**ЭТА ПРАКТИКА ПРОДАЖ ДАТЫ К СЕРЕДИНЕ 20-ОГО СТОЛЕТИЯ И ТАКЖЕ ИЗВЕСТНА КАК ТЕЛЕМАРКЕТИНГ ИЛИ ТЕЛЕФОННЫЕ ПРОДАЖИ.**

**НА КАНАЛАХ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ ТОРГОВЛИ 24 ЧАСА В СУТКИ ИДЕТ РЕКЛАМА ГАДЖЕТОВ, ПОСУДА, ОДЕЖДЫ, А ЗРИТЕЛИ ЗАКАЗЫВАЮТ ТОВАР ПО ТЕЛЕФОНУ, РАСЧИТЫВАЯСЬ ПЛАСТИКОВЫМИ КАРТОЧКАМИ.**



**ДОСТАВКА ОСУЩЕСТВЛЯЕТСЯ КРУГЛЫЕ СУТКИ**



**РЕГУЛИРУЮЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ  
ТЕЛЕВИЗИОННОЙ ТОРГОВЛИ В НЕКОТОРЫХ  
РЕГИОНАХ МИРА ОЧЕНЬ СТРОГИ КАК ОТВЕТ НА  
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ЛОББИСТОВ, КОТОРЫЕ  
УТВЕРЖДАЮТ, ЧТО ЭТО –  
РАЗДРАЖАЮЩАЯ И ПОДРЫВНАЯ  
ТЕХНИКА ПРОДАЖ.**



# **ГЛАВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ ТОРГОВЛИ**

**ТОЛЬКО 20 % ЗРИТЕЛЕЙ МЕЛЬКОМ  
ПОГЛЯДЫВАЮТ НА ЭКРАН**



**ЗРИТЕЛИ СЧИТАЮТ ТАКИЕ ТЕЛЕКАНАЛЫ  
СПАМОМ И ПРОЛИСТЫВАЮТ ИХ**



**ЖЕСТКИЕ ПРАВИЛА В НЕКОТОРЫХ СТРАНАХ  
МИРА**



# **СПОСОБЫ УВЕЛИЧЕНИЯ АУДИТОРИИ**

**ТЕЛЕВИЗИОННАЯ РЕКЛАМА ИДЕТ  
ВПЕРЕМЕЖКУ С РАВЛЕКАТЕЛЬНЫМИ  
ПРОГРАММАМИ**

**РАЗНЫМ ТОВАРАМ ПРЕДОСТАВЛЯЕТСЯ  
ОПРЕДЕЛЕННОЕ ВРЕМЯ (НАПРИМЕР С 9-10  
РЕКЛАМА ОДЕЖДЫ, С 10-11 РЕКАЛАМА ТОВАРОВ  
ДЛЯ САДА)**

**ПРИГЛАШЕННЫЕ МЕДИА-ПЕРСОНЫ**



**ДАЛЕКО НЕ КАЖДЫЙ ТОВАР МОЖЕТ БЫТЬ ПРОДАН  
МЕТОДАМИ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ ПРОДАЖИ.**

**ТОВАР ДОЛЖЕН БЫТЬ ПРЕЖДЕ ВСЕГО ТАКИМ,  
ЧТОБЫ ЕГО МОЖНО БЫЛО ОПИСАТЬ СЛОВАМИ ТАК,  
ЧТОБЫ ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ КЛИЕНТ СТАЛ  
ЗАКАЗЧИКОМ.**

**В ПРОЦЕССЕ РАЗГОВОРА ОПЕРАТОР ДОЛЖЕН  
ДОБИТЬСЯ РЕЗУЛЬТАТА — ЗАКАЗА УСЛУГИ ИЛИ  
РАЗВИТИЯ КОНТАКТА (ДЕМОНСТРАЦИИ ТОВАРА ПРИ  
ЛИЧНОЙ ВСТРЕЧЕ).**



**В США, ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ  
ТОРГОВЛИ ОБЕСПЕЧИВАЕТ РЕАЛИЗАЦИЮ ТОВАРОВ И  
УСЛУГ НА СУММУ, ПРЕВЫШАЮЩУЮ \$ 600,00 МЛРД.**

**ЕЖЕГОДНЫЙ ПРИРОСТ ЭТОГО РЫНОЧНОГО  
СЕКМЕНТА СОСТАВЛЯЕТ 10%.**

**НА КАЖДЫЕ 100 ТЫСЯЧ НАСЕЛЕНИЯ ПРИХОДИТСЯ  
В СРЕДНЕМ 900 ОПЕРАТОРОВ ЦЕНТРОВ  
ОБСЛУЖИВАНИЯ ВЫЗОВОВ (ПО ДАННЫМ  
АМЕРИКАНСКОЙ АССОЦИАЦИИ ДИРЕКТ-МАРКЕТИНГА  
DIRECT MARKETING ASSOCIATION).**





**МАСШТАБЫ ПРИМЕНЕНИЯ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ ТОРГОВЛИ В НАШЕЙ СТРАНЕ ПОКА ЕДВА ЛИ СОИЗМЕРИМЫ С ЗАПАДНЫМИ ТЕМПАМИ.**

**СЕГОДНЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ ИСПОЛЬЗУЕТСЯ, В ЛУЧШЕМ СЛУЧАЕ, ТРЕТЬ ВСЕХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ. НАЛИЦО НЕДОСТАТОЧНОСТЬ ЗНАНИЙ О ТЕЛЕМАРКЕТИНГЕ. И КАК РЕЗУЛЬТАТ — ОГРАНИЧЕННАЯ ПРАКТИКА ЭФФЕКТИВНОЙ ТЕХНОЛОГИИ.**



**ИЗ-ЗА НИЗКОЙ КОНКУРЕНЦИИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ МЕТОДА (НАПРИМЕР, В ТЕХ ЖЕ ПРОДАЖАХ) МОЖЕТ ДОСТИГАТЬ 15 % БЕЗ ОСОБЫХ УСИЛИЙ.**

**ДЛЯ ЗАПАДА — ЭТО РЕКОРДНАЯ ВЕЛИЧИНА. ОБЪЯСНЕНИЕ ПРОСТОЕ: НАШ ПОТРЕБИТЕЛЬ ЕЩЕ НЕ ПРЕСЫЩЕН — СКОРЕЕ НАПРОТИВ, ЭТИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ВЫЗЫВАЮТ НЕПОДДЕЛЬНЫЙ ИНТЕРЕС.**





# БЕЛОРУССКИЕ ПРЕДСТАВИТЕЛИ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ ТОРГОВЛИ

Telemagazin.by



AsSeenOnTV.by

tvshop.by



**НЕСМОТЯ НА ОЧЕВИДНЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ  
ОТЕЧЕСТВЕННОГО РЫНКА ТЕЛЕВИЗИОННОЙ  
ТОРГОВЛИ, НЕ НАДО УПУСКАТЬ ИЗ ВИДУ И  
ОСОБЕННОСТИ БЕЛОРУССКОГО ОБЩЕСТВА,  
КОТОРЫЕ МОГУТ СИЛЬНО ПОМЕШАТЬ  
РАЗВИТИЮ.**

**НЕЕДИНИЧНЫ СЛУЧАИ, КОГДА ЧЕЛОВЕК НЕ  
ДОВЕРЯЕТ ТЕЛЕВИЗОРЫ, ПЕРЕЖИВАЯ, ЧТО С ЕГО  
СЧЕТА СПИШУТСЯ ДЕНЬГИ, А ТОВАР НЕ  
ПОСТУПИТ.**



Спасибо за  
внимание!