



ИНТЕГРИРОВАННЫЕ  
МАРКЕТИНГОВЫЕ  
КОММУНИКАЦИИ В  
МЕСТАХ ПРОДАЖ

СТУДЕНТ: НАФИКОВ Д. И.  
ПРЕПОДАВАТЕЛЬ: МАНТРОВА М. С.

# ОСНОВНЫЕ КОММУНИКАТИВНЫЕ ЦЕЛИ ИМКМП:

- Стимулировать сбыт;
  - Всестороннее информирование потребителя;
  - Предоставление дополнительной аргументации в пользу покупки;
  - Стимулирование продавцов;
  - Поддержка широкомасштабных рекламных акций производителя товара;
  - Представление товаров-новинок;
  - Напоминание покупателям о предыдущих рекламных акциях и покупках.
- 


# ТРЕБОВАНИЯ К ПЕРСОНАЛУ ТОРГОВЫХ ТОЧЕК:

- Быстрая обучаемость и умение адаптироваться в любой ситуации;
  - Высокий уровень знаний о товаре;
  - Уровень вызываемого доверия;
  - Знание психологии потребителей;
  - Умение выражать восторг, одобрение, признательность совершаемой покупке.
- 


# ПРИЕМЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ СБЫТА, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ИМКМП:

- Скидки, сезонные распродажи, лотереи, конкурсы и т.д.
- Дегустации, опробование товара в действии.
- Мгновенные распродажи.
- Убыточный лидер (установление специальной цены равной или ниже входной).
- Мигалки – на уцененные товары на 5-10 минут устанавливаются лампочки
- маячки, скидка действует пока маячок не погаснет.
- Программы лояльности к покупателю (специальные скидки, дисконтные
- пластиковые карты, поздравления с личными праздниками, подарки).

# **ПРИЕМЫ ПИАР, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ИМКМП:**

- Презентации.
  - Организация мероприятий событийного характера.
  - Издание представительских полиграфических материалов (фотоальбом, проспект,  
альбомные продукции).
  - Рассылка пресс-релизов (информационное новостное сообщение).
- 

# **ОСНОВНЫЕ КОММУНИКАЦИОННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИМКМП:**

- **Высокая эффективность.**
  - **Использование всех приемов и средств СМК.**
  - **Необходимость кооперации двух коммуникаторов (производителя и владельца розничного предприятия).**
  - **Коммуникационное воздействие на потребителя и обратная реакция практически совпадают по времени.**
- 

**СПАСИБО  
ЗА  
ВНИМАНИЕ!!!**

