

23.11.2012г. (Вариатив)

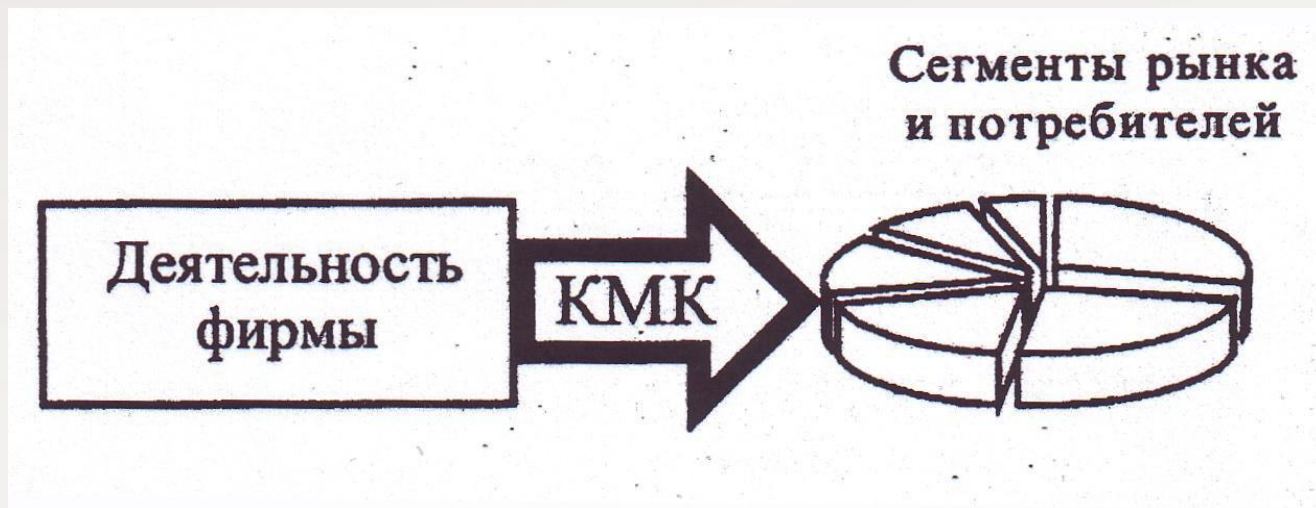
Тема 5.2:  
«Комплекс  
маркетинговых  
коммуникаций»

«Умение общаться с людьми – это  
товар».

Дж.Д.Рокфеллер



## Схема воздействия на целевые сегменты потребительского рынка через КМК



# Схема механизма действия КМК



## Цели предприятия, продвигающих свою деятельность:



- – проинформировать перспективных потребителей о своем продукте, услугах, условиях продаж;
- – убедить покупателя отдать предпочтение именно этим товарам и маркам;
- – сделать покупки в определенных магазинах, посетить именно эти увеселительные мероприятия и т.д.;
- – заставить покупателя действовать, т. е. купить то, что рынок предлагает в данный момент, а не откладывать покупку на будущее.





# Иерархия коммуникационных эффектов, или лестница продвижения



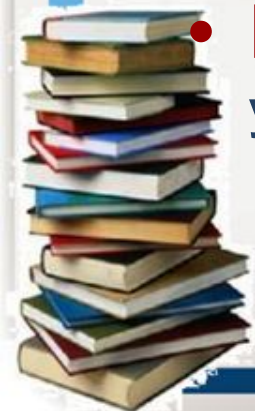


**Продвижение** - любая форма сообщений для информации, убеждения, напоминания о товарах, услугах, общественной деятельности, идеях и т.д.

• **Функции продвижения:**

- создание образа престижности, низких цен, инноваций,
- информация о товаре и его параметрах,
- сохранение популярности товаров (услуг),
- изменение образа использования товара,
- создание энтузиазма среди участников сбыта,
- убеждение покупателей переходить к более дорогим товарам,
- ответы на вопросы потребителей,
- благоприятная информация о компании.

• **Цели продвижения:** стимулирование спроса и улучшение образа компании.



## Элементы комплекса продвижения: (promotion mix)

**РЕКЛАМА (advertising):** любая платная форма неличного представления и продвижения товаров и услуг, которую заказывает и финансирует известный спонсор.

### Функции рекламы:

- информационная,
- экономическая,
- эстетическая,
- просветительская,
- социальная.

### Цели рекламы:

- привлечь внимание потенциального покупателя,
- формировать потребности в данном товаре,
- формировать положительное отношение к фирме,
- напоминать потребителю о фирме и ее товарах.





## Задание 1 (работа в группах):

Укажите достоинства и недостатки данных рекламных листовок.



**НУ ЧТО,  
ДОЖДАЛИСЬ?**

весь июль на  
пластиковые окна КВЕ®

**СКИДКА 10%!**

замер, доставка - бесплатно!  
гарантия 5 лет!

*Окна Подряд*

Наб. Челны, н.г., 2/07  
☎ 38-26-18, 39-99-55  
БСИ "ПОДРЯД"  
☎ 31-19-19, 74-01-71  
Нижнекамск, Школьный б-р, 3  
☎ 42-45-13, 43-77-00

**КВЕ**  
greenline

*Двери+Окна*  
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ САЛОН

**ПОДРЯД**

**А**

**ЭНЕРГОСБЕРЕГАЮЩИЕ**

**ОКНА**

ИП Зюзина Е.Н.

**ДВЕРИ**

**МЕТАЛЛИЧЕСКИЕ**

**ВЕННИ**

- ♦ Остекление балконов алюминиевым профилем «Provedal»
- ♦ Выполнение отделочных работ
- ♦ Изготовление и монтаж светопрозрачных конструкций
- ♦ Бесплатно: демонтаж, выезд консультанта-замерщика

Московское шоссе, 43      т. 8-916-968-57-72

**Б**





# А



**НУ ЧТО,  
ДОЖДАЛИСЬ?**

весь июль на  
пластиковые окна КВЕ®

**СКИДКА 10%!**

замер, доставка - бесплатно!  
гарантия 5 лет!

*Окна Подряда*

Наб. Челны, н.г., 2/07  
☎ 38-26-18, 39-99-55

БСИ "ПОДРЯД"  
☎ 31-19-19, 74-01-71

Нижнекамск, Школьный б-р, 3  
☎ 42-45-13, 43-77-00

**КВЕ**  
greenline

*Двери+Окна*  
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ САЛОН

**ПОДРЯД**

«+»	«-»
<ul style="list-style-type: none"><li>-Указан размер скидки;</li><li>-Срок гарантии;</li><li>- Стационарные телефоны;</li><li>-Наличие офисов в различных городах.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-неудачный размер шрифта (адреса и телефоны);</li></ul>



# Б



**ЭНЕРГОСБЕРЕГАЮЩИЕ**

**ОКНА**

ИП Зюзина Е.Н.

**ДВЕРИ**

**МЕТАЛЛИЧЕСКИЕ**

♦ Остекление балконов алюминиевым профилем «Provedal»  
♦ Выполнение отделочных работ  
♦ Изготовление и монтаж светопрозрачных конструкций  
♦ Бесплатно: демонтаж, выезд консультанта-замерщика

Московское шоссе, 43    т. 8-916-968-57-72

«+»

-Указан перечень выполняемых фирмой услуг;  
-изображение товара (окно).

«-»

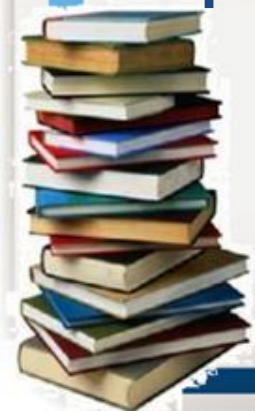
-указан сотовый телефон;  
-размытое изображение



## **Элементы комплекса продвижения:** (promotion mix)

**ПРОПАГАНДА (publiciti):** распространение сведений о товаре (услуге) фирме.

**Паблисити (или завоевание популярности)** это лишь часть PR-деятельности. Поле PR-деятельности чрезвычайно широкое и включает создание и поддержание положительной репутации и доброй воли компании, а также влияние на общественное мнение в рамках проблем, которые воздействуют на бизнес.





## Пример пропаганды (паблисити):

Небольшая электронная компания стала широко упоминаться в специализированных торговых журналах и национальных СМИ в связи с посещением ее предприятия японскими специалистами.

Как только местная общественность узнала о том, что японские ученые приезжали перенимать опыт у этой компании, местные продажи компании и спрос на ее продукцию тотчас возросли.

Объем освещения компании и ее деятельности в прессе был намного шире того, который компания могла бы обеспечить, размещая по нормальным ставкам в СМИ свою рекламу.

Сообщения о компании вызывали у общественности доверие, поскольку их авторами были независимые журналисты, и сами сообщения воспринимались публикой как новости, а не как реклама. Но это не PR.

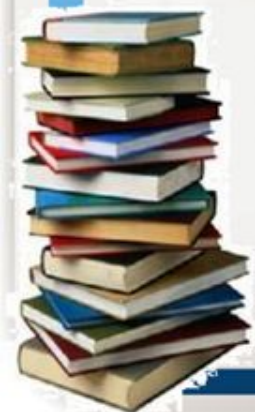




## Элементы комплекса продвижения: (promotion mix)

### **СВЯЗЬ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ** (public relations )-

налаживание отношений между компанией и различными контактными аудиториями посредством создания выгодной для компании репутации, положительного «корпоративного имиджа», с одной стороны, и устранением или предупреждением нежелательных слухов, сплетен и действий – с другой.



**Элементы комплекса продвижения:**  
(promotion mix)

**РЕКЛАМА В МЕСТАХ ПРОДАЖИ**(pos-реклама): –  
служит для того, чтобы склонить потребителя к  
покупке на месте.

**Примеры POS-материалов:**

Вобблеры, настенные флаги, мобайлы, стикеры, плакаты,  
шелфтоккеры, гирлянды, муляжи, ценники, монетницы,  
фирменные значки, зонты, пакеты ,календари,  
фирменные брелоки и т.п.



# Элементы комплекса продвижения: (promotion mix)

**Мобайлы –**  
подвешиваются к потолку.



**Шелфтокеры (мини-полка) –**  
выделяющая конкретный товар  
или группу.



**Вобблеры –**  
находится в непосредственной  
близости от товара.





## Элементы комплекса продвижения: (promotion mix)

**СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА**(sales promotion): –  
единовременные побудительные меры,  
поощряющие приобретение тех или иных  
товаров и услуг.



**Пятерочка**  
С 18 по 20 января  
2012 г.

**СКИДКИ  
до 50%**

**2 кг**  
специальное предложение  
**22<sup>90</sup>**

специальное предложение  
**39<sup>90</sup>**

СЕТЬ ДИСКАУНТЕРОВ «ПЯТЕРОЧКА» ПРИГЛАШАЕТ НА ПОСТОЯННУЮ РАБОТУ. По вопросам трудоустройства обращайтесь к директору  
Владимире к Паммаконе или по телефону: (866) 560-13-01





## Элементы комплекса продвижения: (promotion mix)

**ЛИЧНАЯ ПРОДАЖА** (*personal selling*) – представление товара одному или нескольким потенциальным клиентам, осуществляемое в процессе непосредственного общения и имеющее целью продажу и установление длительных взаимоотношений с данными клиентами.





## **Задание 2** (работа в группах):

**Сформулируйте достоинства и недостатки**

**каждого элемента продвижения**

**элемент продвижения**      **Достоинства**      **Недостатки**

**Ответы занесите в таблицу.**

<b>элемент продвижения</b>	<b>Достоинства</b>	<b>Недостатки</b>
реклама		
Паблицити		
Паблик рилейшинз (PR)		
Стимулирование сбыта		
Реклама в местах продажи		
Личная продажа		



Д/З: Подготовиться к тестированию по пройденному материалу.



*Спасибо*

*за внимание!*

