

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

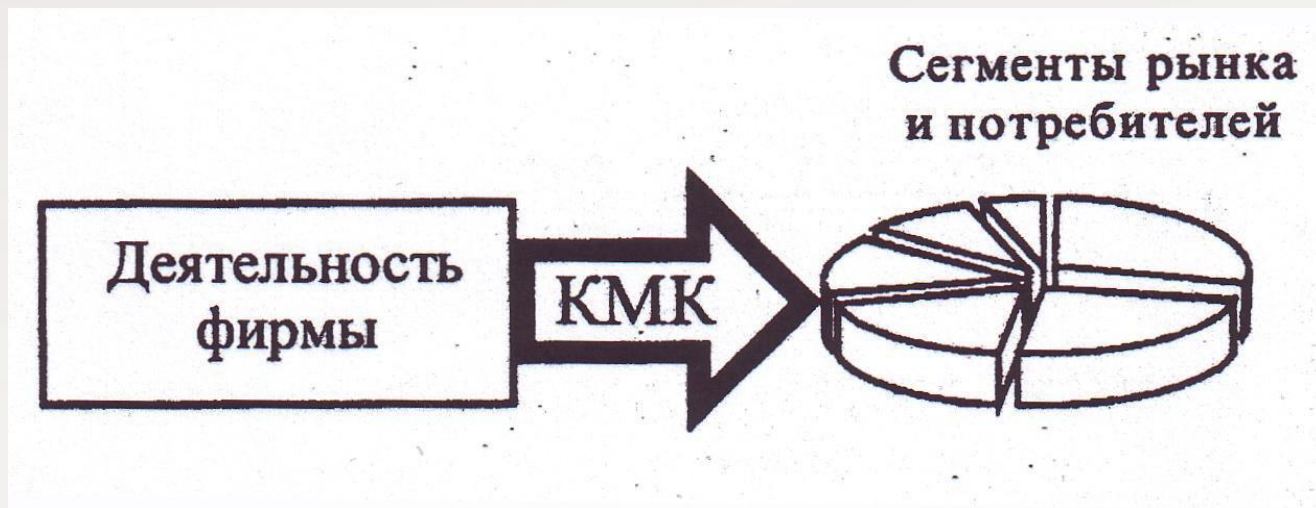


Схема механизма действия КМК





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



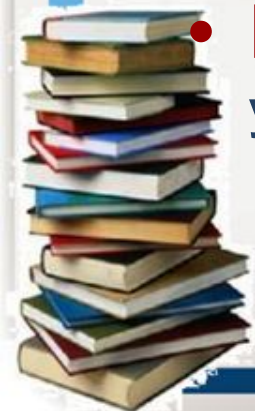


Продвижение - любая форма сообщений для информации, убеждения, напоминания о товарах, услугах, общественной деятельности, идеях и т.д.

• **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)

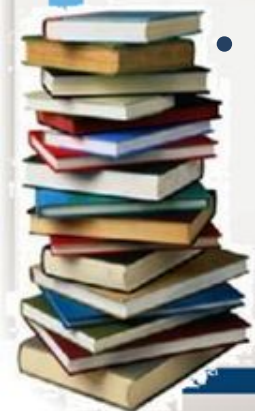
РЕКЛАМА (advertising): любая платная форма неличного представления и продвижения товаров и услуг, которую заказывает и финансирует известный спонсор.

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**

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



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
22⁹⁰

39⁹⁰
специальное предложение

СЕТЬ ДИСКАУНТЕРОВ «ПЯТЕРОЧКА» ПРИГЛАШАЕТ НА ПОСТОЯННУЮ РАБОТУ. По вопросам трудоустройства обращайтесь к директору
Владимире к Памм к телефону: (8661) 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.

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



Д/З: Подготовиться к тестированию по пройденному материалу.



Спасибо

за внимание!

