

Тема 6. Товародвижение в маркетинге

- Понятие и элементы товародвижения
- Каналы сбыта
- Посредники
- Транспорт
- Сбытовая система
- Сервис

Товародвижение – механизм продвижения товара от производителя потребителю.

Товародвижение – это деятельность по планированию, организации и контролю за передвижением товара от производителя к потребителю с целью удовлетворения потребностей и получения прибыли.



Каким образом? Через товародвижение: каналы сбыта,
посредников,
транспорт,
сбытовую систему.

Сбытовая деятельность – система реализации продукции

Цели сбыта:

- получение прибыли и удовлетворение потребностей покупателя;
- сокращение затрат на продвижение товара;
- поиск оптимальных способов реализации товаров и связи с потребителем.

$$\text{Эффективность} \\ \text{сбыта} = \frac{\text{фактический объем сбыта}}{\text{потенциальный объем сбыта} \\ (\text{общий объем производства} + \text{запасы})} \times 100\%$$

Сервис – это система обеспечения, позволяющая потребителю (покупателю) выбрать оптимальный вариант приобретения и потребления продукции.

Принципы сервиса:

- максимальное соответствие требованиям потребителя и характеру потребляемой продукции;
- тесная связь с маркетингом (его целями и задачами);
- гибкость (учет изменений рынка, товара, потребительского поведения).

Функции сервиса:

- формирование перспективного, стабильного рынка потребителей товаров;
- обеспечение конкурентоспособности товаров, фирмы;
- обеспечение прибыльности;
- создание и укрепление имиджа фирмы.

Правила сервиса

- информация о сервисе должна быть доведена до сведения потребителя;
- гарантии сервиса, его объем и качество должны превышать ожидания потребителя.

