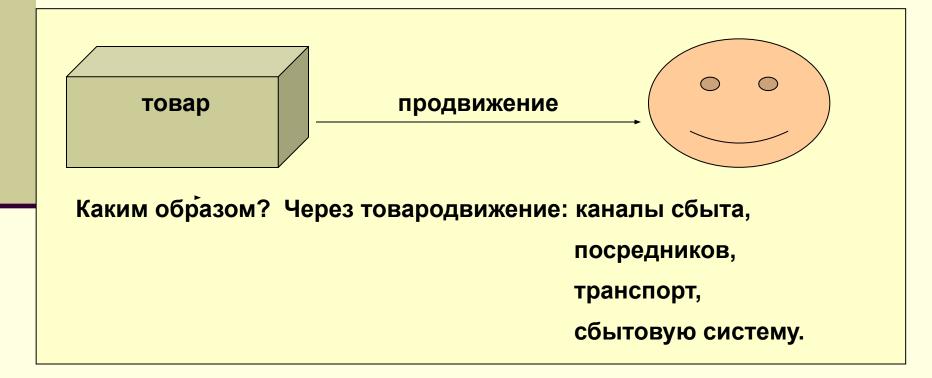
Тема 6. Товародвижение в маркетинге

- ■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.



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.

$$\frac{\partial \phi \phi e \kappa m u в но c m b}{c \delta b m a} = \frac{\phi a \kappa m u ч e c \kappa u u o \delta b e m c \delta b m a}{nome н циальный o \delta b e m c \delta b m a} \times 100\%$$
 $(o \delta u u u o \delta b e m n p o u з в o д c m в a + з a n a c b)$

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.

