

Привлечение и удержание КЛИЕНТОВ



Цель: исследование механизма привлечения и удержания клиентов продуктовых сетей «Пятерочка», «Дикси» и «Перекресток».

Задачи:

- 1) выявить сущность и понятие маркетинговых коммуникаций;
- 2) раскрыть содержание комплекса маркетинговых коммуникаций;
- 3) определить основную информацию о сети магазинах;
- 4) провести исследование и оценить механизм привлечения и удержания клиентов продуктовых сетей «Пятерочка», «Дикси» и «Перекресток».

Стадии покупательской ГОТОВНОСТИ

1. Осведомленность
2. Знание
3. Предрасположенность
4. Предпочтение
5. Убежденность
6. Приобретение



Как распространить информацию?



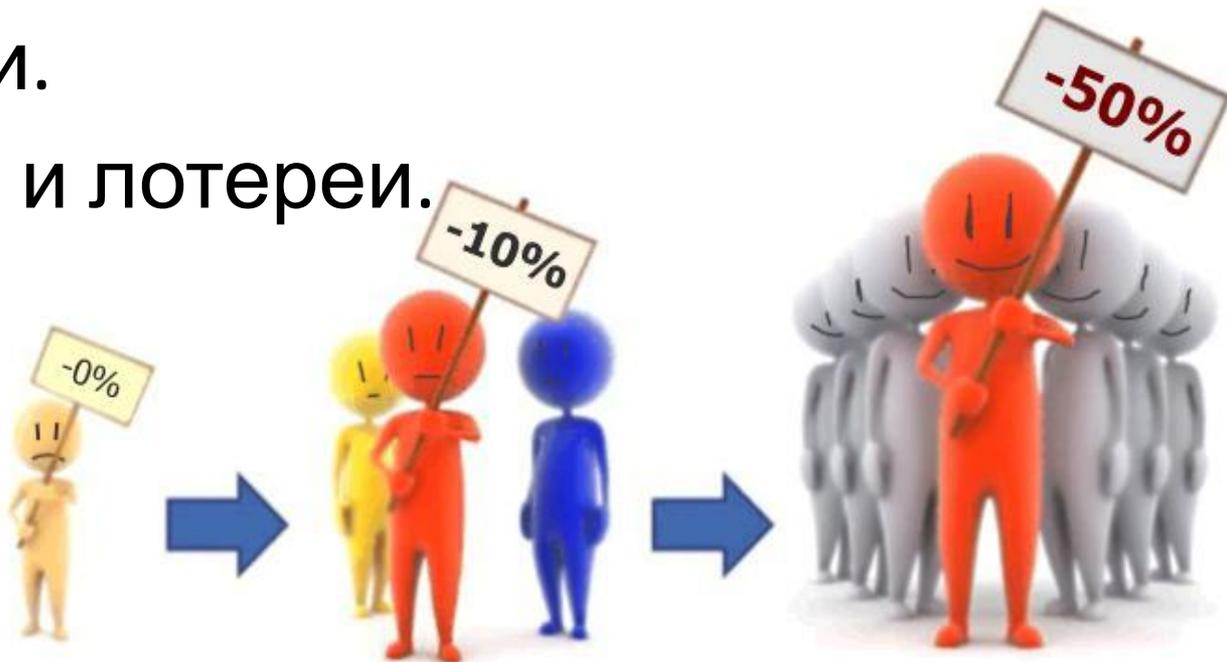
1. Расклеить объявления.
2. Рассказать о себе через знакомых.
3. Листовки.

Самый лучший способ - РЕКЛАМА



Как удержать клиента?

1. Скидки.
2. Бонусы.
3. Акции.
4. Дисконтные карты.
5. Распродажи.
6. Розыгрыши и лотереи.



Торговые сети



Пятёрочка
Самые близкие низкие цены

 **Перекресток**
СУПЕРМАРКЕТ



ДИКСИ

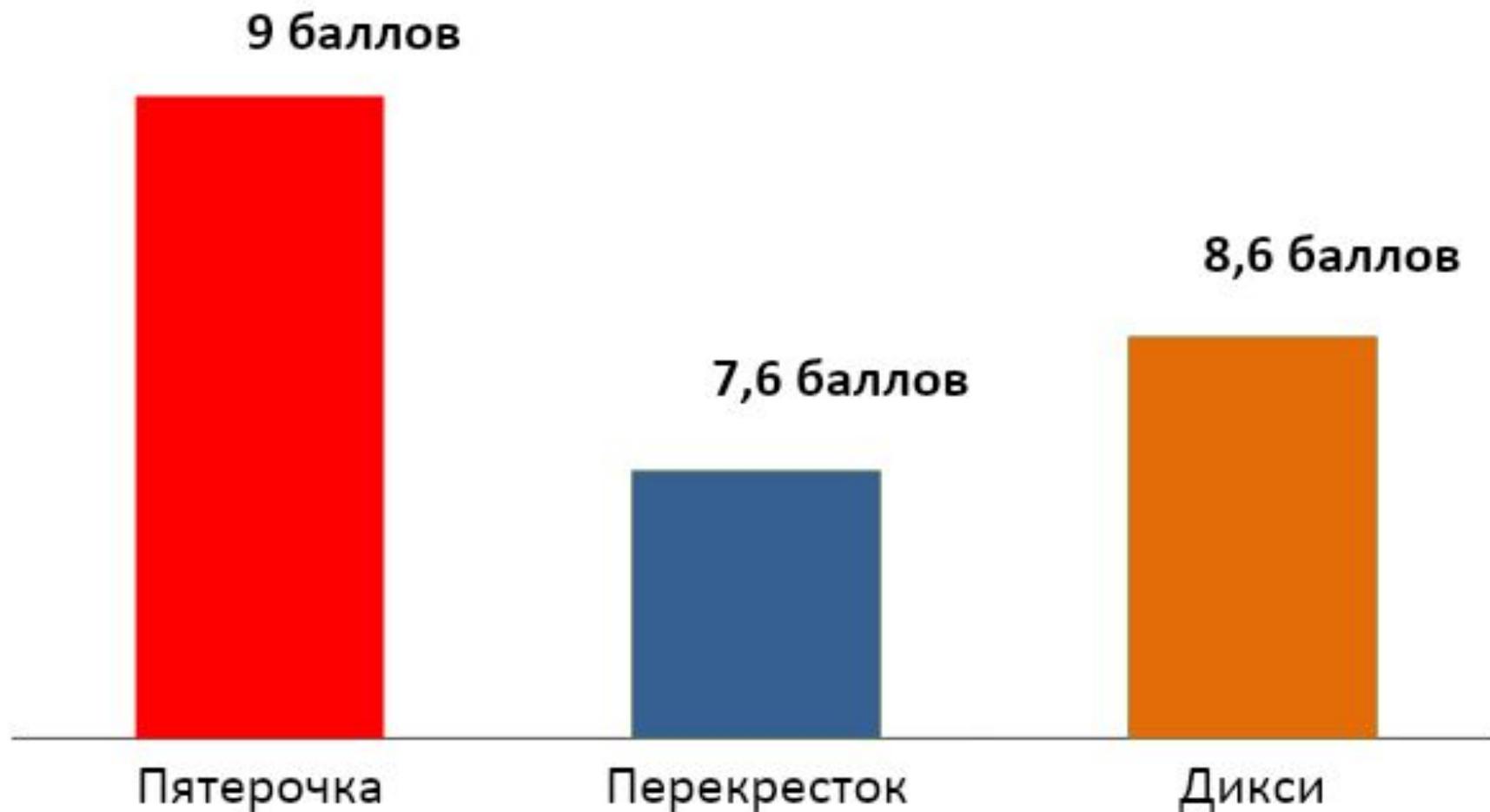
Просто. Рядом. По-соседски.

Этапы работы в торговых сетях.

- 1) наблюдение;
- 2) социальный опрос;
- 3) подведение итогов.



Социальный опрос



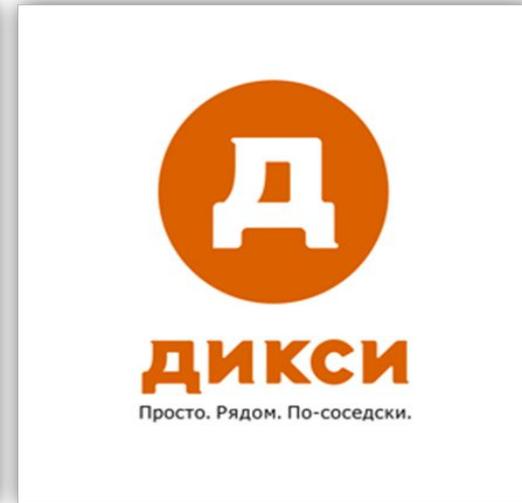
Рекомендации



Использовать
:
1) конкурсы;
2) бонусы.



Повысить
уровень
обслуживани
я.



Использовать
:
1) бонусы;
2) рекламу;
3) конкурсы.

