Прямой маркетинг и мерчандайзинг в гостинице

Подготовила: Жукова Т. ГО1101

Прямой маркетинг

Прямой маркетинг - это диалоговая система маркетинга, которая использует одно или более рекламных средств, чтобы воздействовать на измеряемый ответ и/или сделку в любой географической точке

Причины распространения прямого маркетинга

- Точное планирование
- Персонализация
- Конфедициальность
- Возможность измерения результатов

Телемаркетинг

Одной из форм прямого маркетинга является телемаркетинг, подразумевающий использование **телефона** для связи с клиентами или предполагаемыми клиентами. Квалифицированные специалисты по телемаркетингу тщательно выбирают время для своих звонков, требующих от адресатов ответных действий. До звонка проигрывают особые ситуации и ответы на возможные вопросы и возражения

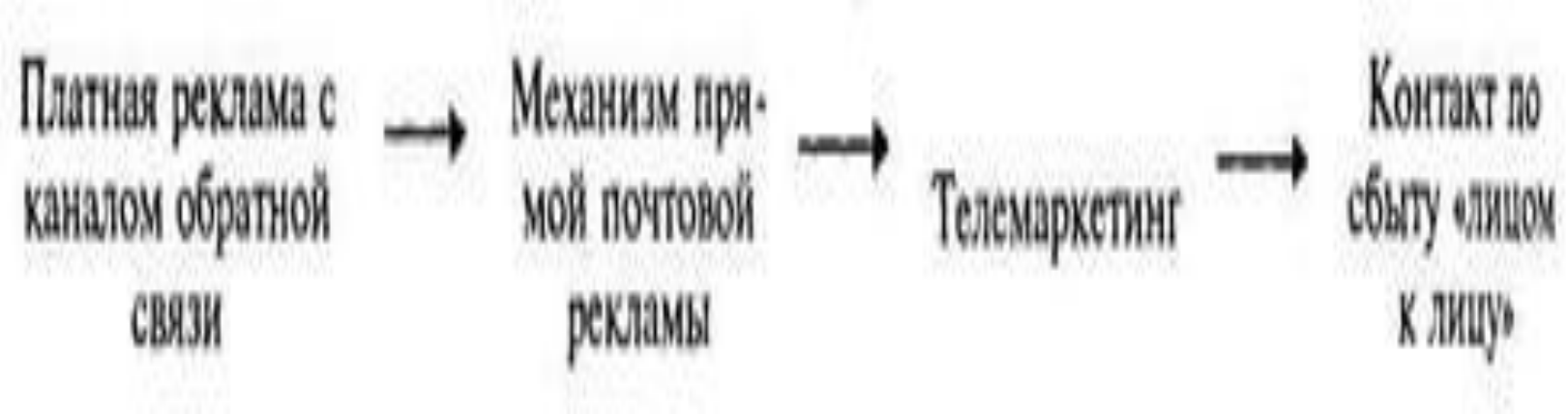
Маркетинг отношений

- Прямой маркетинг позволяет компаниям устанавливать тесные отношения с клиентами и сдерживать от перехода к конкурентам

- Затраты на поддержание лояльности постоянных клиентов могут быть более эффективны, чем попытки завоевать новых клиентов. Исследования показали, что заполучить нового клиента стоит в четыре - семь раз дороже, чем удержать уже имеющиеся

Интегрированный прямой маркетинг

Многоэтапная рекламная кампания с неоднократным средством распространения



Развитие системы базы данных маркетинга

База данных организуется как собрание данных о индивидуальных, перспективных или возможных клиентах и включает характеристики:

- возраст
- квалификация
- объемы продаж товаров или услуг
- обслуживание отношений с клиентами

Мерчандайзинг

Merchandising (от англ. *merchandise - «торговать»*) буквально переводится как «искусство торговать», то есть делать все возможное, чтобы облегчить покупателю процесс выбора и покупки товара

- Система организации продаж товара и управления ими
- Маркетинг в точке розничных продаж, или «маркетинг в стенах магазина»
- Искусство (технология) выкладки товара

Мерчандайзинг в гостинице

- визуальный (т.е. то что напечатано, написано, размещено в промо материалах)

- оральный (т.е. то что окружающий персонал говорит о товаре потенциальному покупателю)

Спасибо за внимание !