

Istota promocji

mgr J. Tkaczyk

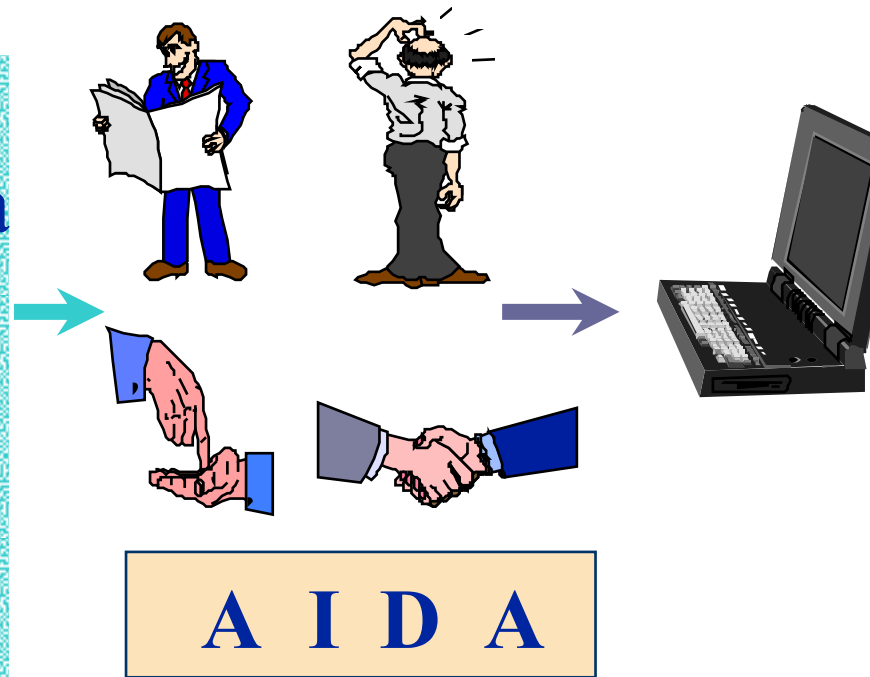


Czym jest promocja?

łacińskie

PROMOVEO oznacza *poruszać naprzód*

- Reklama
- Sprzedaż osobista
- Promocja sprzedaży
- PR
- Sponsorowanie



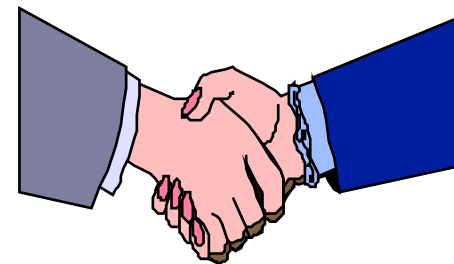
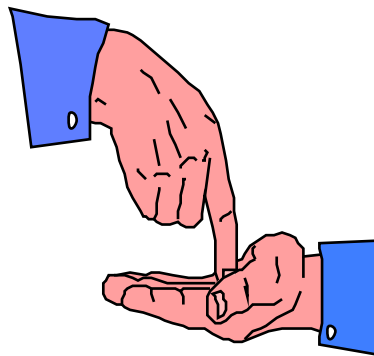
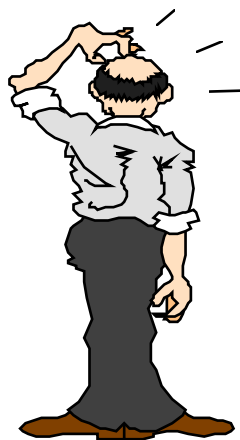
Promocja

- Instrumenty oddziaływania przedsiębiorstwa na rynek
- taki sposób komunikowania się przedsiębiorstwa z rynkiem, który ma się przyczynić do zwiększenia popytu na wyroby przedsiębiorstwa

Funkcje promocji

- Informacyjna
- Wspierania procesów sprzedaży

Promocję można opisać jako stopniowy proces wpływania na nabywcę



Awareness

Interest

Desire

Action

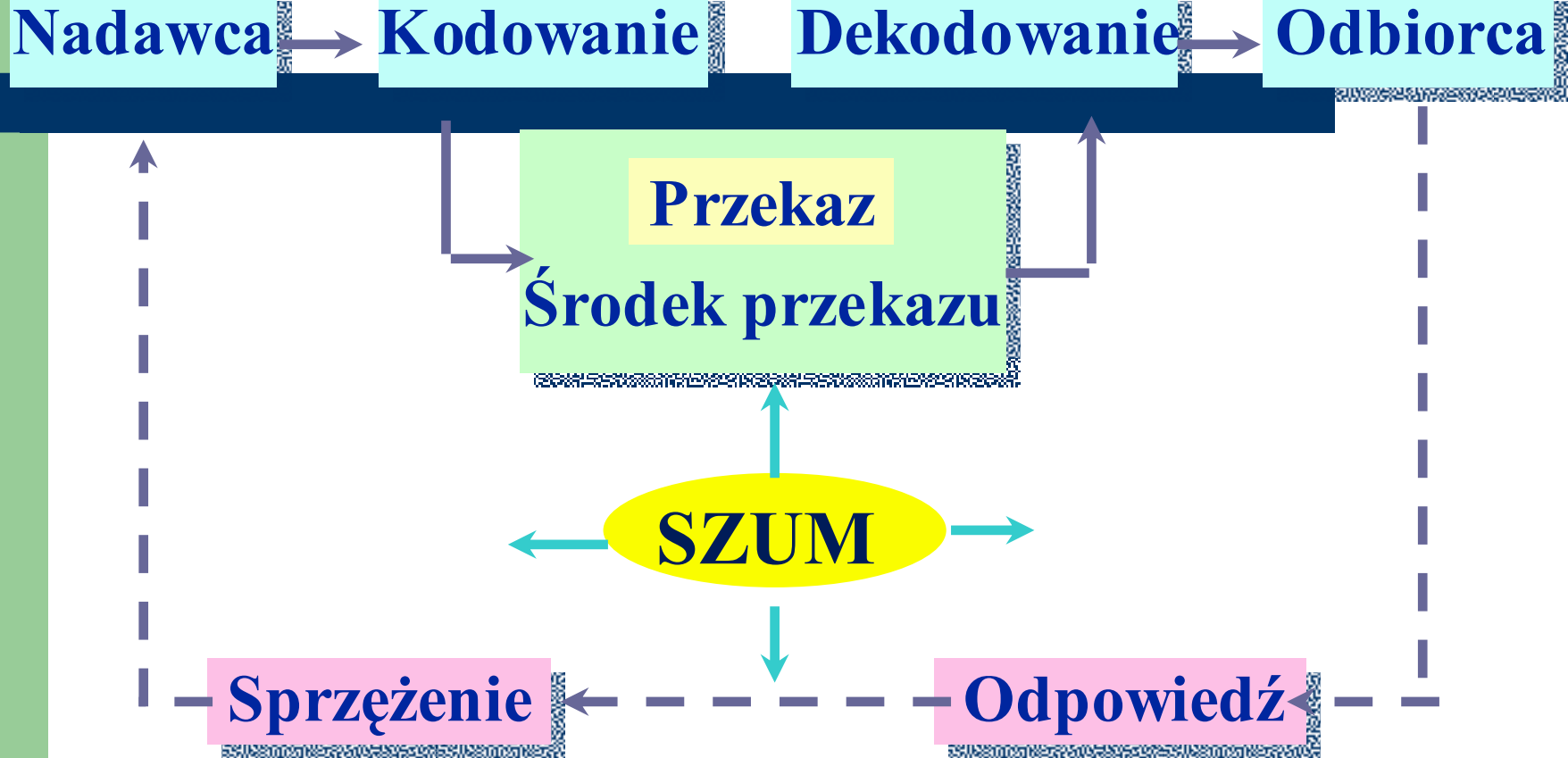
Cele komunikacji a mix promocyjny

Instytucje

			A	I	D	A
1	3	Sprzedaż osobista				
4	4	Public Relations				
2	1	Promocja sprzedaży				
3	2	Reklama				

Konsumenci

Proces komunikacji



Strategia Push & Pull

Push

Producent



Pośrednik



Konsument

Działania marketingowe

przepływ produktu

przepływ informacji

Pull

Producent



Pośrednik



Konsument

Działania marketingowe



ETAPY ROZBIĘTOWANIA KAMPAII PROMOCYJNEJ

analiza sytuacji wyjściowej
-pozycji przedsiębiorstwa
i promowanego produktu na rynku



określenie celu promocji



wybór adresatów
działań promocyjnych



wybór instrumentów promocji



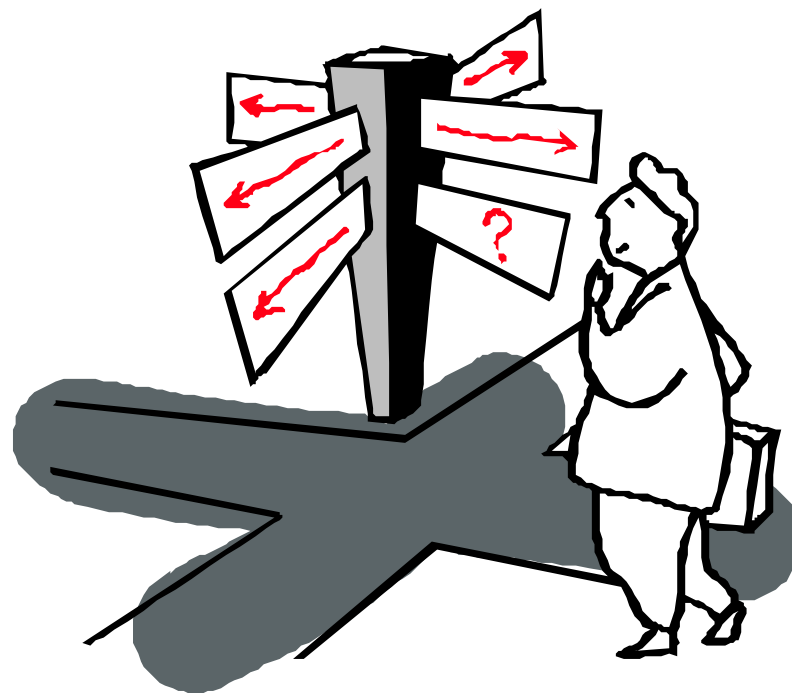
wybór środków
w ramach poszczególnych
form promocji



decyzje dotyczące
intensywności promocji
w czasie



wielkość i struktura
działania promocyjnego



Ustalanie budżetu

- Procentowy udział w obrotach
- Wszystko na co nas stać
- Poziom budżetu konkurencji
- Metoda zadaniowa
- Analogia historyczna

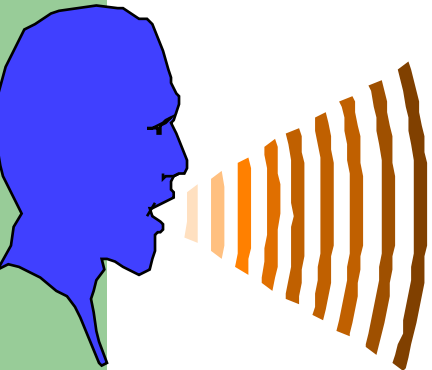
Instrumenty promocji

- Reklama - wszelka płatna forma bezosobowego przedstawiania i popierania towarów, usług lub idei przez określonego nadawcę
- Sprzedaż osobista - bezpośrednia konfrontacja z adresatem (nabywcą)
- Promocja sprzedaży - różnego rodzaju działania zwiększające atrakcyjność produktu, skierowane do końcowych nabywców lub pośredników

PR a sponsorowanie

- Public Relations - działania, których celem jest tworzenie i utrzymywanie zaufania do przedsiębiorstwa w otoczeniu, w jakim ono działa, a tym samym tworzenie i utrzymywanie pozytywnego wizerunku firmy na rynku
- Sponsorowanie - finansowanie instytucji, osób lub imprez sportowych, kulturalnych i społecznych oraz wykorzystywanie tego faktu dla promocji firmy będącej sponsorem

Public Relations

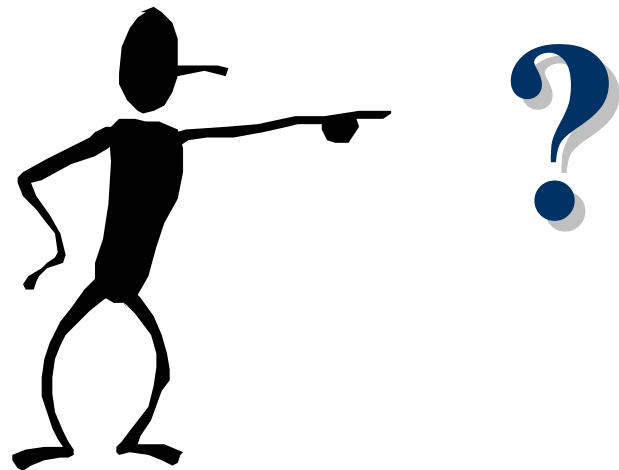


PR a publicity

PR = Publicity

PR \subset Publicity

Publicity \subset PR



Promocja sprzedaży

... różnego rodzaju działania zwiększające atrakcyjność produktu, skierowane do końcowych nabywców lub pośredników

Promocja sprzedaży - rodzaje

- Promocja konsumencka
- Promocja handlowa
- Promocja detalisty
- Promocja skierowana na pracowników działu sprzedaży

Promocja sprzedaży

kupony

bezpłatne próbki

promocyjne obniżki cen

degustacje

premie

pokazy

rabaty i refundacje

Przykład organizacji refundacji

