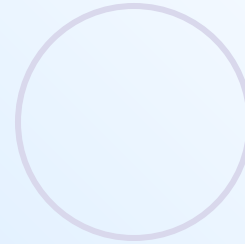


*Продвижение товаров и услуг.*

*Формирование имиджа  
организации.*

*Продвижение – совокупность различных видов деятельности по доведению информации о достоинствах продукта (услуги, организации) до потенциальных потребителей и стимулированию возникновения у них желания его купить.*

*Продвижение осуществляется путем использования в определенной пропорции рекламы, стимулирования сбыта, личных продаж и связей с общественностью (PR).*



- *Реклама – любая платная форма неличного представления товаров, услуг, идей от имени конкретного заказчика.*

# Виды рекламы:

## 1. Товарная – направлена на сбыт товара:

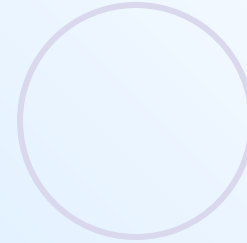
- *информативная (используется на этапе внедрения товара на рынок);*
- *убеждающая (используется для повышения популярности конкретных свойств и выгод товара);*
- *напоминающая (используется для подкрепления предыдущей информации о товаре).*

## ● 2. Корпоративная – формирует благоприятное ● мнение о компании:

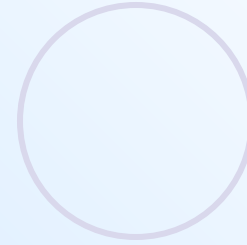
- *разъяснительно-пропагандистская (заявляет о позиции фирмы по конкретной проблеме);*
- *информационно-корпоративная (информирует потребителей о ценностях и миссии компании);*
- *убеждающая корпоративная (демонстрирует преимущества одного товарного класса над другим);*
- *напоминающая.*

# Разработка рекламной кампании:

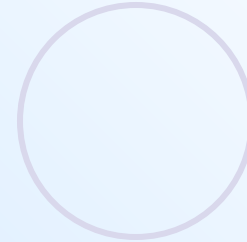
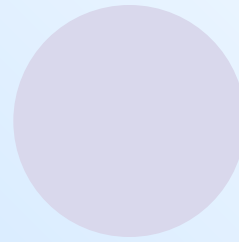
- 1. определение целевой аудитории;*
- 2. постановка целей и задач;*
- 3. бюджет рекламы;*
- 4. разработка рекламы;*
- 5. оценка эффективности рекламы.*



***Стимулирование сбыта – краткосрочные поощрительные меры, способствующие продаже продукции.***

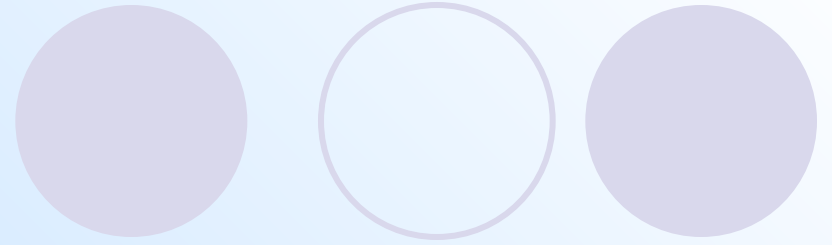


***Связи с общественностью – создание хороших отношений с различными государственными и общественными структурами, путем создания благоприятного мнения о компании.***



***Личные продажи – устные презентации товаров с целью их сбыта в разговоре с одним или несколькими людьми.***





**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**