

Федеральное медико – биологическое агентство
Федеральное государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
САНКТ – ПЕТЕРБУРГСКИЙ МЕДИКО – ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ
ФЕДЕРАЛЬНОГО МЕДИКО – БИОЛОГИЧЕСКОГО АГЕНТСТВА
(ФГБПОУ СПб ФМБА России)

ПРАКТИЧЕСКАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

Тема:

**Проведение рекламной акции « Подарок при
покупке контактных линз Acuvue»**

Слушателя основной программы
профессионального обучения по профессии

Продавец оптики

Выполнила: Фамилия Имя Отчество

Санкт-Петербург 2017 год

Цель работы:

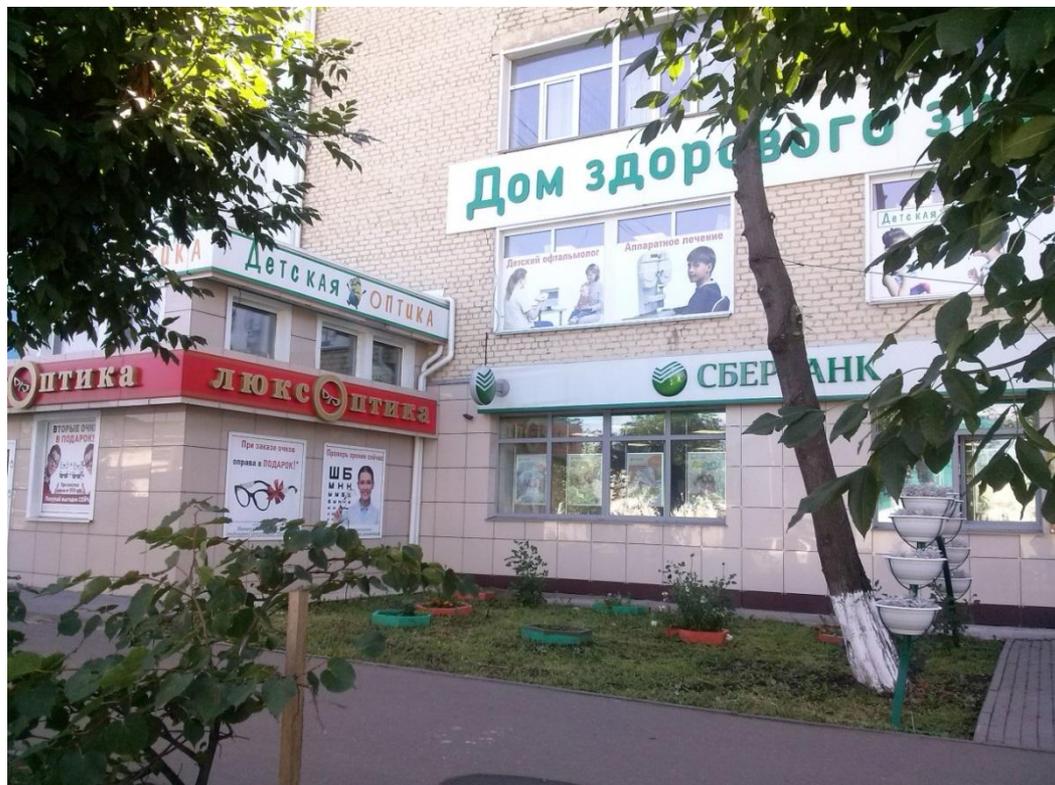
Организация и проведение рекламной акции
«Подарок при покупке контактных линз Асувие» .

Задачи:

- * Отобразить основные пункты «закона о рекламе».
- * Представить условия и правила проведения рекламной акции линз Акувью.
- * Обозначить результативность организации данной акции.



- Наш салон находится в центре города. Общая площадь магазина 100 кв.м.
- Мы занимаемся подбором корректирующих, солнцезащитных очков, средств контактной коррекции зрения.



- * В целом PR-мероприятия – это целевые, планируемые и общественно значимые действия, проводимые для формирования общественного мнения относительно конкретных товаров или услуг. Эксперты предлагают понимание рекламных акций, как стимулирующих мероприятий по продвижению продукта, которые проводятся с целью формирования интереса потенциальных потребителей к направлению деятельности, к личности, к товару или компании.

ПОДАРОК!*
при покупке
контактных линз
АКУВЬЮ®



* Акция проводится с 15.04.2016 по 15.06.2016. Подробности об организаторе акции, правилах ее проведения, количестве подарков, сроках, месте и порядке их получения узнавайте на сайте www.acuvue.ru, количество подарков ограничено. Предложение действительно при условии наличия подарков. © 2016, ООО «Джонсон & Джонсон». Товар сертифицирован. Рег. уд. № ФСЗ 2009/03724 от 26.09.2009, № ФСЗ 2010/017713 от 24.08.2010, № ФСЗ 2010/017446 от 20.07.2010.

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. НЕОБХОДИМО ПРОКОНСУЛЬТИРОВАТЬСЯ СО СПЕЦИАЛИСТОМ 

180310031635172



Законодательная база

Ст.9 «Закон о рекламе» предусматривает для всех типов мероприятий рекламных акций указание в обязательном порядке :

- *сроки проведения.
- *правила проведения.
- *точное количество выигрышей.
- *порядок, место проведения.



Акция «Получи подарок за покупку контактных линз ACUVUE®» проводится ООО «Джонсон & Джонсон» с целью привлечения внимания потенциальных покупателей к товарному знаку «ACUVUE®» и стимулирования продаж контактных линз «ACUVUE®». Акция не является лотереей, не содержит элемент риска, не преследует цели получения прибыли либо иного дохода.



Подарок*

при покупке
КОНТАКТНЫХ ЛИНЗ
АКУВЬЮ®



ACUVUE®
контактные линзы
**СМОТРИ НА МИР
по-новому**

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВПОКАЗАНИЯ. НЕОБХОДИМО ПРОКОНСУЛЬТИРОВАТЬСЯ СО СПЕЦИАЛИСТОМ

*Акция проводится с 15.04.2016 по 15.06.2016. Подарок выдается при покупке одной упаковки контактных линз АКУВЬЮ® любого формата (6, 12 или 24 линзы для контактных линз АСУВЬЮ® плановой замены, 30, 90 или 180 линз для ежедневных контактных линз АСУВЬЮ®). Подробности проведения акции уточняйте в салонах оптики, участвующих в акции. Количество подарков ограничено. Положение действительно при условии наличия подарочного салона оптики. © 2016, ООО «Джонсон & Джонсон». Товар сертифицирован. Рег. уд. № ФСЗ 2009/03724 от 25.09.2009; № ФСЗ 2010/07713 от 24.08.2010; № ФСЗ 2010/07440 от 20.07.2010.

18+

RU-1-AC-04-02-16-PST-TRACK

160210073436057

Условия проведения акции:

При покупке двух упаковок контактных линз Acuvue в подарок брендированные термокружка, несессер для украшений, косметический набор или пляжная сумка.

**Купи любые линзы АКУВЬЮ®
и получи косметический набор
в ПОДАРОК!***

2x



Участвуй в акции -
получай подарки!



ACUVUE®
BRAND CONTACT LENSES



- * При покупке трех упаковок контактных линз Асuviе в подарок фирменное полотенце, плед и сертификат в парфюмерно-косметический магазин Лэтуаль.



Общий срок проведения Акции: с «01» декабря 2015 года по «31» января 2016 года (включительно). Количество подарков ограничено. Предложение действительно при условии наличия подарков в салоне оптики.



Вывод:

Любая промо-акция должна способствовать достижению двух целей — качественной и количественной.

Количественная цель промо-акции всегда одна — увеличение объема продаж. А вот качественных может быть много, т. к. через увеличение объема продаж компания решает одну или несколько задач, наиболее распространенными из которых являются:

- стимулирование покупательской активности в мертвый сезон;
- распродажа складских запасов;
- подавление активности прямых конкурентов;

* Главная задача промо-акции повысить продажи данного товара. После проведения акции отмечается заметное повышение спроса на рекламированный товар.

