

**Тема 5. Современные виды  
коммуникаций.**

**Инновационные подходы в  
работе с клиентами.**

# Традиционные и инновационные виды маркетинговых коммуникаций

Маркетинговые коммуникации – это деятельность, совокупность средств и конкретные действия по поиску, анализу, генерации и распространению информации, значимой для субъектов маркетинговых отношений.

Основными видами маркетинговых коммуникаций являются:

- Public relations (PR) и брендинг.
- Реклама.
- Другие виды (direct marketing, выставки и ярмарки, стимулирование продаж и т.д.).

PR — это особая функция маркетинговых коммуникаций, которая способствует установлению и выстраиванию управляемых взаимоотношений с различными контактными аудиториями. В отличие от рекламы PR выстраивает коммуникацию между компанией и обществом, тогда как реклама строит все коммуникации вокруг товара.

В комплекс инструментов и форм PR входят:

- Отношения со СМИ (пресс-релизы, пресс-конференции, выступления в печати, на радио и TV и т.д.);
- Печатная продукция (книги, бюллетени, листовки);
- Участие в выставках и ярмарках.

Бренд является выражением совокупности имиджевых, эксплуатационных, технических и иных характеристик товара, позволяющих правообладателю данной марки не только играть одну из ведущих ролей на рынке определенных товаров или услуг, но и использовать бренд в качестве нематериального актива компании.

Реклама - это целенаправленное воздействие на сознание покупателя, реализуемое по средствам публичного представления товаров, услуг через различные средства распространения информации.

Реклама должна вызывать отклики клиентов на полученные ими сообщения, влиять на принимаемые решения по вопросам покупки, стимулировать потребительский спрос.

# ***Другие виды маркетинговых коммуникаций***

*Директ-маркетинг* (direct marketing, прямой маркетинг) – это комплекс мероприятий, с помощью которых выстраиваются длительные отношения персонально с каждым потребителем, повышается лояльность клиентов (факс-рассылка, e-mail рассылка, курьерская доставка, телемаркетинг).

*Выставки и ярмарки* - служат мощным средством популяризации новых товаров и повышения престижа фирм, а также получения важной информации о конкурентах и потребителях – исследование рынка.

Стимулирование сбыта - все маркетинговые мероприятия, совершаемые непосредственно в местах продаж. Инструментами стимулирования сбыта являются:

а) Ценовое стимулирование. Этот вид стимулирования, как правило, носит характер временного снижения цен на товары и услуги.

б) Стимулирование натурой (подарочное стимулирование) - предложение потребителю дополнительного количества товара без прямой увязки с его ценой (прямые премии, т.е. осуществляемые в момент покупки; премии с отсрочкой, т.е. после предоставления доказательств покупки); образцы).

в) Активное предложение - виды стимулирования продаж, которые требуют активного и избирательного участия потребителей (конкурсы, а также лотереи и игры).

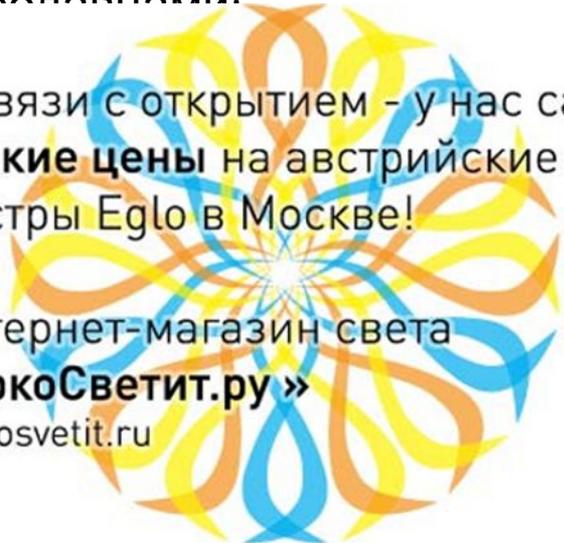
# Российское законодательство о рекламе

Законодательство о рекламе в России регламентируется Федеральным законом "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ.

Основные требования к рекламе(ст.5):

Реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения:

1) о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;



В связи с открытием - у нас самые **низкие цены** на австрийские люстры Eglo в Москве!

Интернет-магазин света  
**«ЯркоСветит.ру»**  
yarkosvetit.ru

Реклама не должна:

- 1) побуждать к совершению противоправных действий;



Аудио  
Видео  
Бытовая техника



# ЭКСПЕРТ

*лучшее из возможного*

Информация о товарах, скидках и акциях на период с 4 по 10 марта 2006 г. + ТВ программа



Atlanta ATH-428

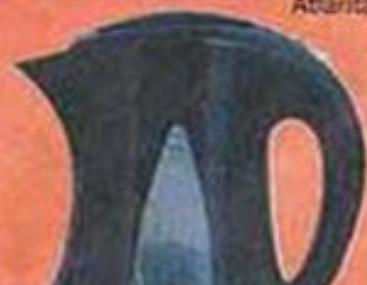
Купите жене **В подарок утюг**  
и ваши тещи получат по чайнику -

## БЕСПЛАТНО

Atlanta ATH-485



+



© 2006

2) призывать к насилию и жестокости;



3) иметь сходство с дорожными знаками или иным образом угрожать безопасности движения автомобильного, железнодорожного, водного, воздушного транспорта;



**ДЕРЖИ!**  
АВТОКРЕДИТ  
ЗА ОДИН ЧАС

2-696-911 ТЕЛЕФОН  
КРУГЛОСУТОЧНЫЙ

**ПРОМЭКБАНК**

The advertisement features a man in a white shirt and tie pointing towards a set of car keys. The keys include a metal key and a black plastic fob. The background is a light blue gradient.

5)                   содержать                   информацию  
порнографического характера





# раздену мужа на людях за \$ 399

Турция | Испания | Италия

350-03-02 371-64-84

[vista-tour.ru](http://vista-tour.ru)

VISTA®

Скучаем  
по твоей  
попке.

Пловки

Турция  
Россия  
Греция

от 499 у.е.

 **Крылья**  
тел.: 379-23-93

ОТДЫХ НА ЛЮБОЙ ВКУС



Зима  Лето  
ТУРИСТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ

В рекламе не допускаются:

б) указание на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни, объекта рекламирования, за исключением такого указания в рекламе лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий



**БАД Биобаланс**

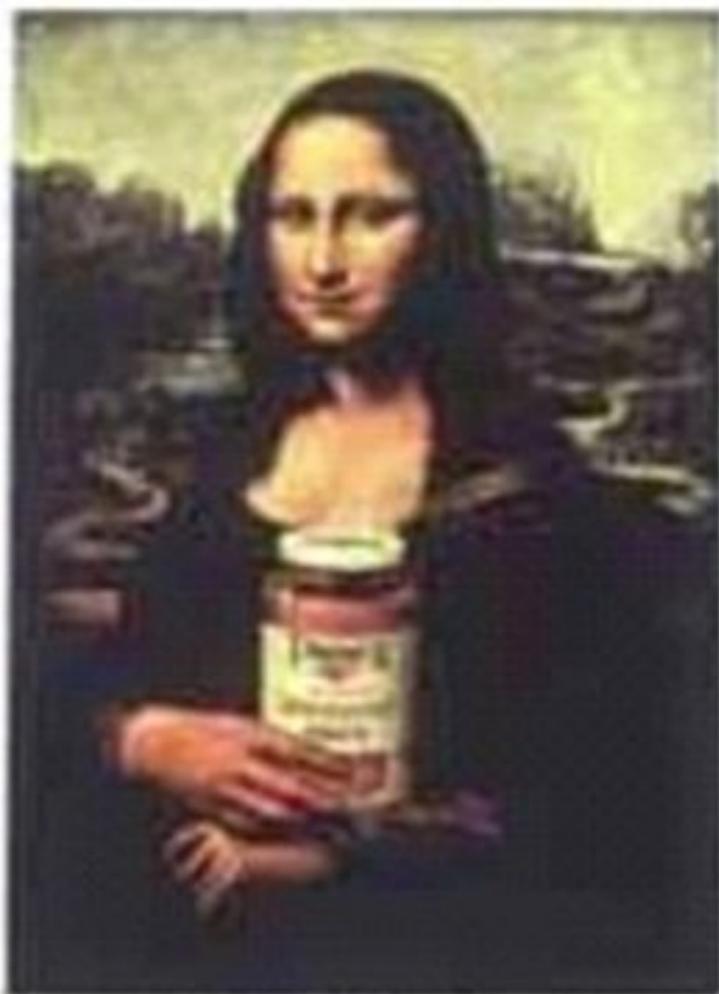
**Что лечит:**

- Заболевания органов кровообращения
- Заболевания органов пищеварения
- Острые и хронические заболевания вирусной природы

Биобаланс  
Формула 1  
30 капсул по 0,5 г

В рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного





Original



Chunky



Не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.



Распродажа в Меге

SaLe

ул. Мещинская, 37

[www.megawell.ru](http://www.megawell.ru)

MeGA

Gallery

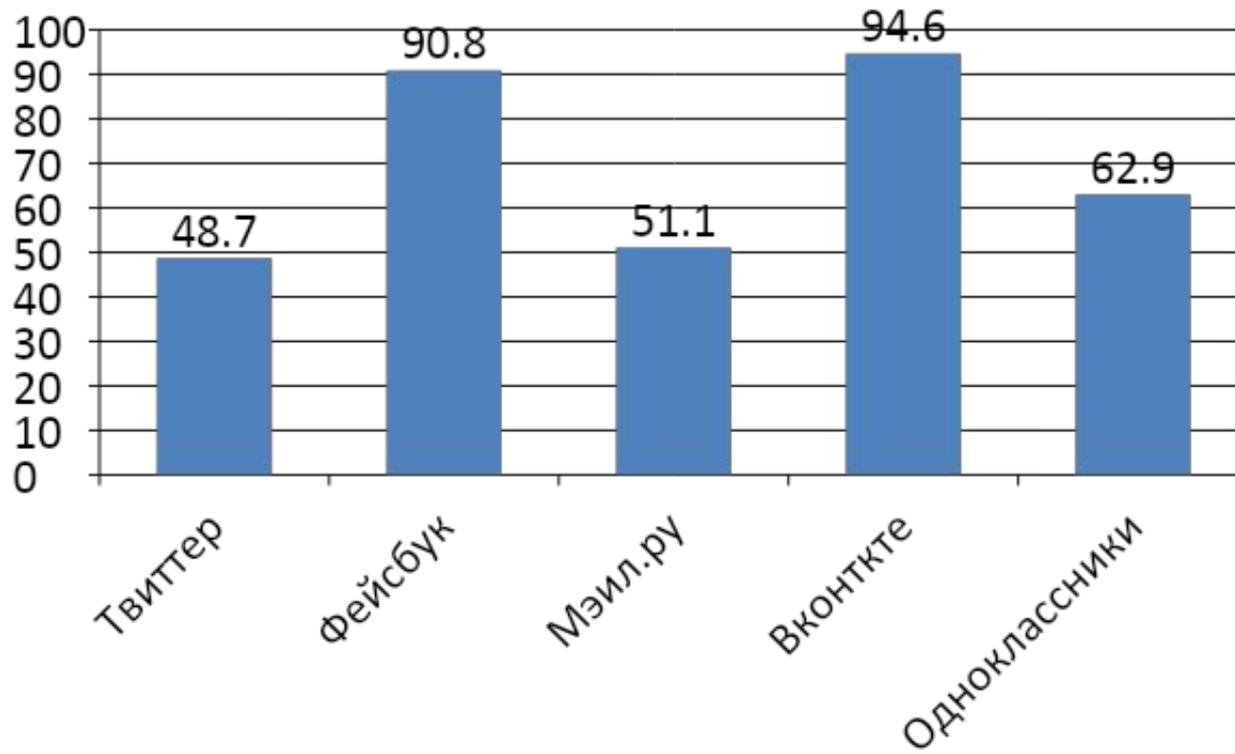
eso-online.ru

# **Социальные сети и блоги как канал для распространения информации в туристской сфере**

Социальная сеть - это социальная структура, состоящая из узлов, связанных между собой одним или несколькими способами посредством социальных взаимоотношений.

Продвижение в социальных медиа (Social Media Marketing, SMM) – это комплекс мероприятий по использованию социальных медиа в качестве каналов для продвижения компаний и решения других бизнес-задач.

# Структура социальных сетей, которыми пользуются потребители туристических услуг, %:



# Преимущества мероприятий, проводимых туристской организацией

Мероприятие	Преимущество
1. Регистрация профиля туристического предприятия	Дополнительный маркетинговое влияние на широкий круг потенциальных потребителей
2. Загрузка фото и видео материалов о туристических продуктах	Стимулирование потребителей к приобретению определенных туристических продуктов, путем размещения достоверных и интересных мультимедийных материалов и соответственно стимулирования продаж
3. Рассылка новостей о горящих турах или проведения акций	Стимулирование продаж горящих туров и акционных предложений посредством размещения информации доступной всем пользователям социальной сети
4. Формирование тем для обсуждения в рамках отдельной группы	Информационный блок с помощью которого пользователи могут обмениваться информацией в виде вопрос-ответ или просто дискуссии. Главная особенность заключается в том, что абсолютно все пользователи данной группы имеют возможность участвовать в обсуждении и читать предыдущие сообщения, что дополнительно привлекает пользователей к странице фирмы.
5. Размещение отзывов потребителей на стене профиля	Формирует положительный имидж туристического предприятия на основе отзывов, которые были оставлены потребителями, что воспользовались услугами данного туристического предприятия

# Мобильные приложения в сфере туризма и гостеприимства

Мобильное приложение — программное обеспечение, предназначенное для работы на смартфонах, планшетах и других мобильных устройствах.

Для туризма существуют следующие категории мобильных приложений:

- переводчики (Google Translate, Яндекс Переводчик, Promt);
- бронирование отелей (Booking, Expedia.com, AirBNB, Ostrovok);
- покупка билетов (Aviasales, Scyscanner);
- путеводители (TravelMe, Артгид);
- поиск попутчиков (BlaBlaCar);
- аренда автомобилей (Sixt);
- карты (Яндекс, Google, 2ГИС);
- сервисы погоды и обмена валют (Gismeteo, XE Currency);
- сервисы заказа такси (Яндекс.Такси, GetTaxi).