

Презентация  
На тему:  
”Реклама. Продвижение товаров/услуг”

Подготовила: Седлецкая Иванна  
Группа: А-327

# Содержание

## 1. Что такое реклама?

- Функции рекламы
- Виды рекламы

## 2. Что такое продвижение?

- Продвижение товаров и услуг
- Цели продвижения

## 3. Задания для группы I, II

# Что такое реклама?

*Реклама* – это определенный вид маркетинговой деятельности, который направлен на распространение заведомо оплаченной информации для привлечения потребителей и увеличения объемов продаж.

Наиболее вероятно, что реклама в человеческом обществе зародилась одновременно с торговлей. Её существование в доисторические времена подтверждается, к примеру, египетским папирусом с объявлением о предстоящей продаже раба.

Письменная реклама воплощалась, помимо папирусных свитков и вощёных дощечек, надписями на придорожных камнях, а также на зданиях.

# Функции рекламы

Реклама выполняет 6 основных функций:

1. Создает осведомленность о товарах и брендах. Информация о товарах и брендах.
2. Формирует имидж бренда. Формирование имиджа товара и бренда.
3. Убеждает людей. Убеждение потенциальных покупателей в приобретении товаров.
4. Создает стимулы к совершению действий. Стимулирование спроса на товары.
5. Обеспечивает напоминание. Обеспечение напоминания о необходимости приобретения товаров.
6. Подкрепляет прошлый опыт покупок. Подкрепление прошлого опыта покупок.

# Виды рекламы

1. Коммерческая (экономическая) реклама. Целью экономической рекламы становится потребитель (потенциальный покупатель), предложив товар которому, можно получить взамен от него прибыль.;

2. Социальная реклама — выходит за рамки экономических задач, направлена на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей: популяризация здорового образа жизни среди населения; поддержка незащищённых слоёв населения; борьба с загрязнением окружающей среды;

3. Политическая реклама (в том числе предвыборная).

В наше время она всё чаще выступает как средство борьбы за избирателей, за их голоса. Именно с её помощью некоторые партии и политики пытаются завоевать себе место у власти.

# Что такое продвижение?

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).



# Продвижение товаров и услуг

**Продвижение товаров и услуг** – это комплекс мероприятий предприятия, направленный на стимулирование покупателей к совершению покупок. Современное предприятие имеет в своем арсенале «портфель» инструментов ленивого маркетинга, посредством которых он воздействует на своих клиентов.

Продвижение выполняет ряд важных функций:

1. информирование потребителей о товаре и его характеристиках, об услуге и ее пользе;
2. создание положительного образа в глазах потребителей; поддержание популярности товаров и услуг;
3. создание благоприятной информации о компании в сравнении с конкурирующими фирмами;
4. продвижение более дорогих товаров и брендов.

# Цели продвижения товаров и услуг

1. Сформировать образ престижности компании, ее товаров и услуг;
2. Создать имидж инновационности компании и ее продукции;
3. Проинформировать широкую аудиторию о свойствах продукта;
4. Обосновать стоимость товара;
5. Внедрить в сознание покупателей представление об отличительных характеристиках товара;
6. Дать информацию о том, где можно купить продукт или воспользоваться услугой;
7. Рассказать аудитории о выгодных отличиях товара от аналогов конкурентов.



# Задание для группы I

1. На складах одной из крупных компьютерных фирм скопилось значительное количество непроданных персональных компьютеров, что отрицательно сказывалось на рентабельности производства. Руководство фирмы поставило задачу резко сократить количество непроданных компьютеров.

Аналитической группой было сгенерировано несколько альтернативных вариантов решения этой проблемы, среди которых было отобрано два основных:

- 1) Значительное снижение отпускной цены.
- 2) Обновление упаковки и заметное повышение продажной цены.

**Задание:** определите в общих чертах характер развития ситуации по первому и по второму сценариям. Какой сценарий развития ситуации вы считаете более предпочтительным?

# Решение задачи I

С одной стороны, снижение отпускной цены может способствовать быстрому сокращению запасов товаров на складе. Однако при инициировании снижения цен компьютерной необходимо учитывать возможность трех негативных последствий:

1) потребители могут воспринять предлагаемый по низким ценам

товар как продуктов низкого качества;

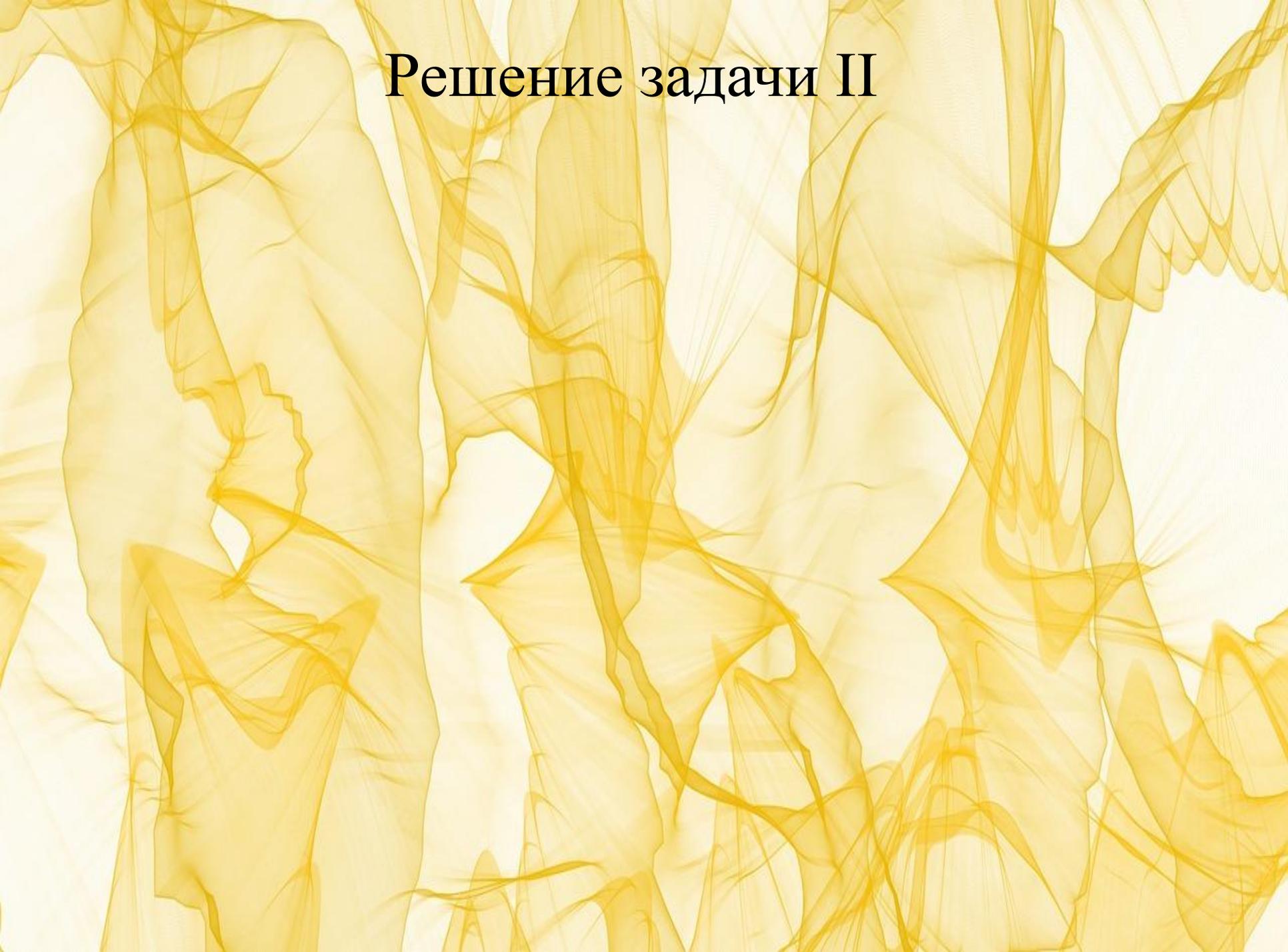
(2) низкая цена «покупает» долю рынка, но не преданность потребителей, часть которых мигрирует в сторону любой фирмы, предлагающей товары по низким ценам;

(3) обладающие значительными резервами сильные конкуренты предпринимают ответное снижение цен и вытесняют инициатора с рынка.

Таким образом, наилучшей альтернативой является, на мой взгляд, обновление упаковки и заметное повышение продажной цены. Вместе с тем, такой маркетинговый прием как

# Задание для группы II

# Решение задачи II

The background of the slide is a dynamic, abstract pattern of flowing, translucent golden fabric. The fabric appears to be draped and moving, creating a sense of depth and texture. The color is a warm, bright yellow-gold, and the lighting highlights the folds and creases, giving it a three-dimensional appearance. The overall effect is elegant and artistic.



**Спасибо за внимание!**