

Skuteczna promocja



Szkoła praktycznej ekonomii – młodzieżowe miniprzedsiębiorstwo



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



Fundacja
Młodzieżowej
Przedsiębiorczości
A Member of JA Worldwide

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Marketing MIX obejmuje:

- produkt,
- cenę,
- promocję,
- dystrybucję.



Promocja dotyczy działań firmy na rynku, które mają tworzyć i pobudzać popyt poprzez:

- przekazywanie klientom informacji,
- zapewnianie o solidności i doświadczeniu firmy,
- przekonywanie o wysokiej jakości produktów.



Formy promocji:

- sprzedaż bezpośrednia,
- public relations,
- opakowanie,
- sponsoring,
- reklama.



Pytania pomagające przygotować ogłoszenie reklamowe:

- Co chcemy reklamować?
Firmę, produkt, grupę produktów czy usługę?
- Do kogo reklama ma być skierowana?
- Jaki wizerunek naszej firmy chcemy przekazać?
- Gdzie reklama będzie umieszczona?
- Czy chcemy dołączyć do ogłoszenia zrywki z numerem telefonu, adresem czy kontaktem do firmy, kupon rabatowy?

Formy ogłoszenia reklamowego

- Ogłoszenie na stronie internetowej szkoły.
- Ogłoszenie w gazetce szkolnej.
- Ogłoszenie w gablotce.
- Rozdawane ulotki.
- Plakat reklamowy.



Treść ogłoszenia reklamowego

model AIDA

A ttention	uwaga	przyciągnięcie uwagi klienta
I nterest	zainteresowanie	zainteresowanie klienta właściwościami produktu
D esire	pożądanie	przekonanie klienta, że produkt jest mu potrzebny i może zaspokoić jego potrzeby
A ction	działanie	właściwe przekonywanie klienta do zakupu tego właśnie produktu; zmotywowanie klienta do działania

Sposoby przyciągnięcia uwagi odbiorcy ogłoszenia reklamowego

- Rozmiar ogłoszenia – plakat zajmujący pół ściany na pewno zostanie zauważony.
- Krzykliwe, żywe kolory: czerwony, żółty, kolory fluorescencyjne.
- Ciekawe, krótkie hasło.
- Duży rozmiar czcionki.
- Przykuwająca wzrok ilustracja.



Treści w ogłoszeniu reklamowym bezpośrednio zachęcające klienta do kupna

- "Kup!"
- "Przyłącz się do tych, którzy już kupili!"
- "Jeśli zamówisz teraz, otrzymasz bezpłatny...!"
- "Przy zakupie do, uzyskasz 50% zniżki! "
- „Oferta wygasa za tydzień!”
- „Zamów teraz, a otrzymasz dodatkowo.....!”



Program promocji miniprzedsiębiorstwa

Etap I: Kto jest naszym klientem?

Etap II: Co chcemy osiągnąć dzięki promocji?

Etap III: Co i jak chcemy powiedzieć naszym klientom?

Etap IV: Jakie sposoby promocji chcemy wykorzystać?

Etap V: Ile to będzie kosztowało?

Etap VI: Czy promocja była skuteczna?