



WWW.VSE.CZ

Podpora prodeje



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

Podpora prodeje

- Podpurný stimul, přímý a jasný podnět, který nabízí dodatečnou a uspokojivou hodnotu kupujícím
- Nepravidelná činnost nebo neplošná činnost
- Cílem je získat okamžité, krátkodobé efekty
- Vhodné pro 1. a poslední fázi životního cyklu
- Vhodné pro start-upy

ČASY SE MĚNÍ,
SPOLEHLIVOST
TOYOTA ZŮSTÁVÁ



TOYOTA

VŽDY
LEPŠÍ CESTA

LIMITOVANÁ FORTÉ

EXTRA



TOYOTA VÍKEND
3.- 4. BŘEZNA

📖 KOMPLETNÍ
POJIŠTĚNÍ NA
3 ROKY ZDARMA*

📖 HOTOVOSTNÍ
BONUS
35 000 Kč

📖 FINANCOVÁNÍ
S 0% NAVÝŠENÍM

📖 ZIMNÍ OBUTÍ

» ZJISTĚTE VÍCE

Vodítka pro úspěšnou PP

- Stanovení cílů
- Pro koho je PP určena? – B2C, B2B, ...
- Jaký je rozsah pobídek?
- Jaké jsou podmínky a pravidla podpory?
- Doba trvání akce – optimální délka je délka nákupního cyklu
- AIDA
- Emoce
- Poselství (sdělení – silná nabídka)
- Kontakt, možnosti využití podpory prodeje

Vodítka pro úspěšnou PP

- Naléhavost
- Nástroj podpory prodeje
- Distribuční prostředek – kupón do schránky, do tisku, do balení výrobku...
- Forma prostředku
- Kdo provede?
- Načasování akce
- Rozpočet
- Testování, experimenty (pre-testy)
- Po skončení akce vyhodnocení

Podpora prodeje – nástroje

- Snížení ceny – jednoduché a rychlé; poškozují image
- Kupóny – bez úsilí Z; kontrola a evidence kupónů
- Refundace – možnost vytvářet zákaznické databáze; úsilí pro Z, kontrola a evidence

Podpora prodeje – nástroje

- Karty, známky – po opakovaných nákupech v urč. čase; nepohodlné pro Z, neokamžitá sleva; loajalita, info do databáze Z
- Prémie – jednoduché, jasné a rychlé; poškozují image (méně než sleva)
- Soutěže, losování, sázky, výhry – jednoduché, soutěživí a hraví Z, kt. nemají co ztratit; podmíněné extra aktivitou, výsledek není okamžitý, v mnoha zemích legislativně omezeno

Podpora prodeje - nástroje

- Extra objem – není ničím podmíněno, působí spíše na stávající Z; nutnost označit a vést evidenci
- Vzorky – odzkoušení nového produktu, demoverze, ukázková hodina; nákladnost
- Odměna za přivedení nového zákazníka

Podpora prodeje - nástroje

- Odměna novým zákazníkům
- Garance – příslib prodejce, že vše bude fungovat tak, jak uvádí
- Splátky bez navýšení



Podpora prodeje - nástroje

- Dárky – bezplatná odměna za nákup, posílení vztahu, loajality
- Věrnostní programy – loajalita, databáze; vyžaduje věnovat čas a peníze ze strany firmy, Z nosí karty
- Odměna za věrnost – loajalita, databáze, ne tolik časově náročné, bez karet
- Cross selling – využití jedné značky k podpoře jiné nekonkurující



PP – nástroje B2B

- Cenová sleva z faktury nebo z ceníku
- Finanční podpora
- Zboží zdarma
- Obchodní veletrhy a konference
- Soutěže prodejní síly – stimulace dealerů, affiliate partnerů
- Dárkové předměty
- Školení



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Toto dílo podléhá licenci Creative Commons
Uveďte původ – Zachovejte licenci 4.0 Mezinárodní.

