



Ćwiczenia z marketingu

Promocja uzupełniająca

dr Katarzyna Olejczyk-Kita



Promocja uzupełniająca

- inaczej nazywana –promocją sprzedaży
- specjalne, bardziej korzystne niż normalne, oferty sprzedaży produktów mające na celu zwiększenie obrotów
- jedyny element promocji-mix który wywołuje natychmiastowy skutek

Przypomnienie z wykładu

Promocja uzupełniająca

ze względu na charakter

towarowa

- wówczas, gdy do produktu dodawany jest inny produkt

pieniężna

- wówczas, gdy dana ilość produktu kosztuje relatywnie mniej

Przypomnienie z wykładu

Promocja uzupełniająca

ze względu na sposób w jaki jest oferowana

bezpośrednia

- skierowana jest do wszystkich bez wyjątku
- działa na zasadzie –kto chce może wziąć w niej udział

pośrednia

- skierowana do wąskiej, wybranej przez producenta/sprzedawcę grupy osób
- w promocji mogą wziąć udział osoby spełniające kryteria określone przez producenta/sprzedawcę

Promocja uzupełniająca

ze względu na osoby do jakich jest skierowana

skierowana do
pracowników
własnej firmy

- Konkursy z nagradzaniem najlepszych
- Bezpłatne próbki produktów,
- Możliwość zakupu produktów po obniżonej cenie
- Itd.

skierowana do
pośredników w
kanałach dystrybucji

- Pomoc w zorganizowaniu miejsca sprzedaży
- Konkursy z nagradzaniem najlepszych
- Bezpłatne próbki produktów,
- Szerokie rabaty
- Itd.

skierowana do
finalnego klienta

- Tutaj można wymienić wiele elementów ale pewnie je znacie z zakupów w sklepach