

МАРКЕТИНГ НАВКОЛО НАС: ПЛЮСИ ТА МІНУСИ



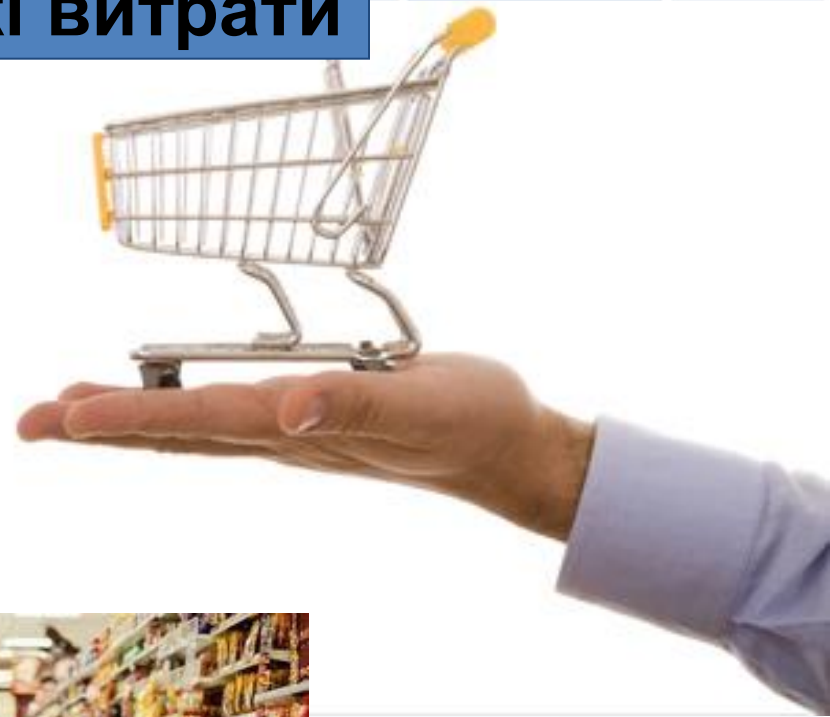
Розглянемо певні класичні правила розміщення товару в торговельному залі:

- продукцію однієї групи необхідно розташовувати в одному місці торговельного залу, тобто необхідно розміщати схожі по споживчих властивостях і функціональному призначенні товари поруч один з одним;
- використовувати правило «апетитного сусідства», взаємодоповнюючих і супутніх товарів;
- створювати групи товарів, використовуваних у сукупності.
- іноді треба кардинально порушити всі правила й розташувати товар у невласивому йому місці. Такий нестандартний підхід приверне увагу покупців, тому що товар буде виділятися із загальної товарної групи

Якщо ви відправляєтесь в магазин із завбачливо приготованим вами списком, будьте певні, в кінцевому випадку його довжина може значно зрости.
ЧОМУ??? Спробуємо розібратись:

Великий візок = великі витрати

Порожній простір візка на психологічному рівні викликає у покупця внутрішній дискомфорт і цілком зрозуміле бажання скоріше простір заповнити.



Величезні дзеркала в магазинах одягу



*Це тонкий
розрахунок на те, що
проходячи мимо
дзеркала, ніхто не
може встояти перед
спокусою кинути
погляд на власне
відображення. Немає
такої людини, яка на
100% була би
задоволена своїм
зовнішнім виглядом.
Рішення спонтанне –
потрібно терміново
щось купити.*



Магія цифри 9

*Ми всі знаємо цю фішку: всього за \$ 1,99.
Це теж саме, що і \$ 2! Ми розуміємо це, але
магія цифри 9 продовжує діяти, і ми беремо
не дуже-то і потрібну річ тільки тому, що
вона манить нас знижкою. Будьте
непідкупні! Не кажіть самому собі — ця річ
коштує трохи дорожче за долар!
Пам'ятайте, вона коштує всі два!*



«3 за 299грн.»

*Немає ніякої математичної різниці між
однією футболкою за 100 грн.
і трьома за 299 грн.!
На ділі ми даремно витрачаємо 200 грн.*

3 неба звалилося

По дорозі до каси покупців підстерігають різні перешкоди – стенди з яскравими упаковками, які привертають увагу. То тут, то там ми натикаємося на великі коробки з ходовим товаром. Продавці знають, що покупець більш схильний здійснювати імпульсивні покупки, якщо товар виставлений прямо на дорозі.



Рукотворний безлад

Прийшовши в магазин одягу і окинувши поглядом полиці, ми несвідомо прямуємо не до акуратних стовпців зі светрів, а до вішалок, які виглядають трохи безладно. Наша підсвідомість говорить нам про те, що саме там знаходиться все найцікавіше і варте уваги. А цей безлад на вішалках влаштовують самі продавці.

Найпотрібніше – в самому кінці

Найбільш затребувані продукти – молоко, хліб, сир – магазини часто розташовують у найдальшому кутку приміщення. Ці товари потрібні практично всім, але, поки ви до них доберетеся, ви напевно побачите ще багато чого...



Фінальні розпродажі

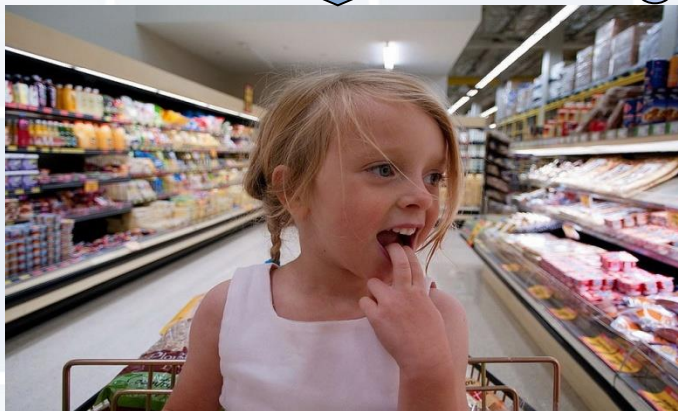
Популярні і всім відомі «фінальні розпродажі», «повні ліквідації» та «знижки у зв'язку з відкриттям магазину» – це не більше ніж спроби магазинів позбутися залежаного товару (і, треба сказати, вони завжди приносять результат).



На рівні дитячих очей



*Товари для дітей
завжди лежать
низько.*



*Якщо не хочете
істерик з приводу
чергового «Кіндер-
сюрпризу», садіть
дітей на візки.*

Найнебезпечніше місце

*Якщо ви щасливо втекли від усіх
перерахованих маркетингових технологій і
стоїте біля каси, не поспішайте
розслаблятися! Адже у вас перед очима
жуйки, шоколад, газети і батарейки. Якщо
придивитися уважно, виявиться, що ціна
товару на касі трошки відрізняється від
ціни товару в залі.*

На користь магазину, звичайно.



Музика



Дослідження показали, що під спокійну музику рухи людини сповільнюються, вона більше розглядає, а значить і більше витрачає.. До речі, під класику люди, як правило, вибирають дорожчі товари.

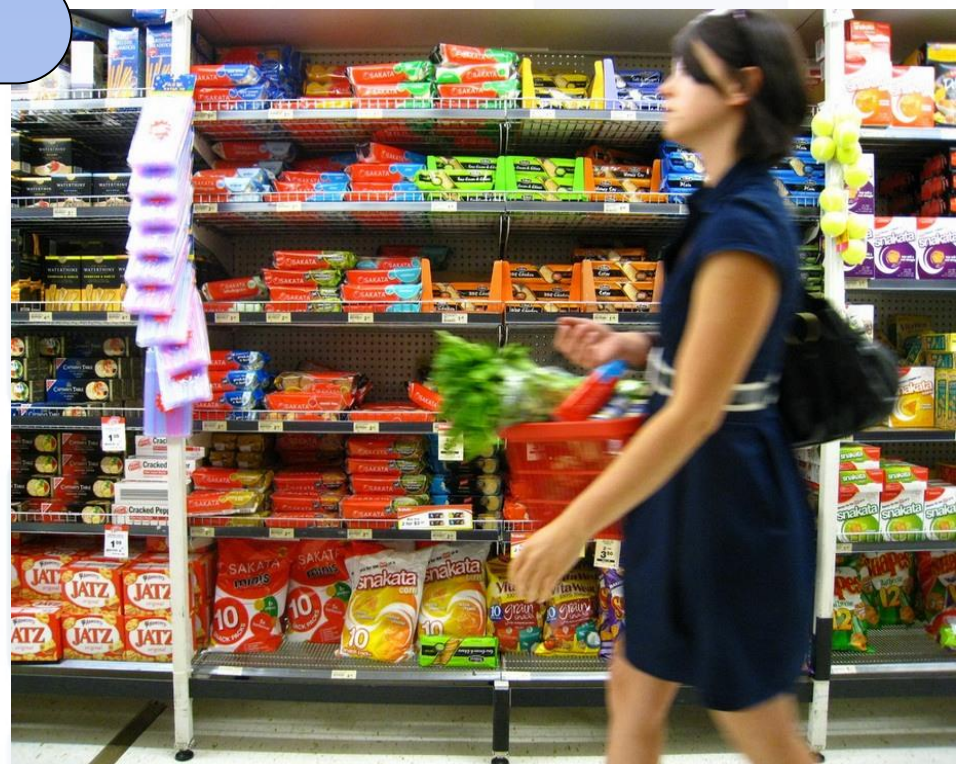
Магазини та ресторани теж хитрують і часто збуджують апетит клієнтів смачними запахами. Особливо збуджують споживацьке завзяття запахи свіжої здоби і кави.



Аромамаркетинг



Той крам, що магазин хоче сплавити вам в першу чергу, розкладений на рівні ваших ясних очей. А самі недорогі товари, як то дешеві крупи, чи макарони, розфасовані у великі пакети – «сховані» в самому низу полиць. Продукти здорового харчування хитрі маркетологи підняли аж на самий верх. А от доладні коробочки відомих дорогих брендів розставлені так, що ви просто не зможете їх не помітити.



Все любить пару. Так і в супермаркеті. Так звані супутні товари завжди ставлять поруч з основними. Поряд з пивом - чіпси або пакетики з сушеною рибкою, поруч з печивом – соки, або газовані напої, поруч з сорочками - краватки і т.д....

Тепле море, сонце і кольори завжди притягують. Холодні - присипляють нашу пильність і сприяють високим продажам. Цим і користаються гендлярі. Оптимальний варіант – тепла глина цегли зовні, холодний блакитний інтер'єр всередині - і ви вже шукаєте тепла в упаковках і етикетках...



Пастки теж бувають з посмішкою, дівчатами і солодкою «халявою». Це - рекламна акція. Коли вам пропонують щось спробувати, понюхати або намазати на себе, та ще й абсолютно безкоштовно, будьте пильні! Не встигнете оглянутися, як віддасте купу грошей невідомо за що і невідомо для чого, та ще й потім будете мучитися докорами совісті.

Реклама навколо нас



Конструкції типу сітілайт.

Сітілайти - це рекламні конструкції, які за рахунок меншого формату ніж бігборди дозволяють розміщувати додаткову інформацію: про умови акцій, перелік адрес. Цільова аудиторія реклами на сітілайтах в першу чергу - це пішоходи, оскільки збільшується час рекламоконтакту.

Брендмауери.

Брендмауери - це ідеальний варіант для реклами бренду, підтримки іміджу протягом рекламної компанії.



Конструкції типу сітілайт-піраміда.

Сітілайт-піраміда - це рекламна конструкція, що розміщується в центральній частині міста на електростовпах. Особливістю сітілайтів-пірамід є сама будова: це трикутні конструкції, в яких з двох сторін розміщена рекламна площа, з третьої сторони (задньої) - площа для поклейки оголошень населення. Дана особливість підвищує увагу до сітілайтів-пірамід і тим самим забезпечує більшу кількість рекламоконтактів.



“3 за ціною 2”



Вдала поїздка в Почаїв! 3 дні за ціною 2!

Пропозицією можна скористатися 1 раз за весь період проживання

За умови попереднього бронювання з приміткою "2+1"

Обмежена кількість номерів бере участь в акції, не відкладайте бронювання!

Вартість пакету:

Для одного гостя – 594 грн.

Для двох гостей – 765 грн.

Купуй
3 товари за
ціною 2



Реклама на транспорті в Тернополі.

До переваг реклами на транспорті можна віднести те, що при відносно низьких витратах на виготовлення і розміщення вона впливає не тільки на користувачів громадського транспорту, тобто на свою аудиторію, але і на водіїв особистого транспорту, їх пасажирів та пішоходів. Вибравши відповідні маршрути, можна вибірково впливати на певні райони міста.



... коли я йду на риболовлю, я думаю не про те, що люблю я, а про те, що любить риба.

Дейл Карнегі

Креативна реклама на асфальті



Фабрика
“НОВА”
м. Тернопіль

РЕКЛАМА
НА АСФАЛЬТЕ
8 (495) 517 89 84
РА «A-Print»





Вести бізнес, не роблячи реклами, все одно, що підморгнути дівчині в темноті: ви знаєте, що ви робите, але більше про це не знає ніхто.

В бізнесі жоден шанс не втрачається: якщо ви його загубили, його відшукає ваш конкурент.



Що б не говорили про ефективність маркетингу, але прибуток - це єдиний достовірний критерій оцінки ефективності маркетингу.



**Тут може
бути ваша
реклама**