

Тема 8. ATL та BTL в сучасній системі мерчендайзингу

Мета й завдання: дослідити ATL та BTL на сучасному ринку маркетингових комунікацій, “Шоу-рум”, як елемент мерчендайзингу, ROAD SHOW (дорожнє шоу), визначити особливості телевізійного маркетингу.

ПЛАН

- 1. ATL та BTL на сучасному ринку маркетингових комунікацій**
- 2. “Шоу-рум”, як елемент мерчендайзингу**
- 3. ROAD SHOW (дорожнє шоу)**
- 4. Телевізійний маркетинг**

Ключові терміни теми: Реклама в магазині, її значення. ATL та BTL на сучасному ринку маркетингових комунікацій. Перший рівень трьохрівневої концепції мерчендайзингу. Зовнішній вигляд магазину і територія навкруг нього. Сприйняття магазину цільовою групою покупців. Назва, рекламний слоган і вивіска. Кольорові рішення для оформлення магазину. Вхідна зона і вітрини магазину.

Навігація в магазині. POS – матеріали, їх характеристика, варіанти і можливості їх використання. Територія навкруги магазину. Паркування. Промо-акції та їх види.

Питання для обговорення:

1. Яка різниця між ATL та BTL рекламою в торгових точках?
2. Що таке POS – матеріали? Їх характеристика, варіанти і можливості їх використання.
3. Що таке рекламний слоган? Назвіть приклади вдалих та невдалих слоганів.
4. Що таке інтегровані маркетингові комунікації в місцях продажу?
5. Які основні комунікативні характеристики ІМКМП?
6. Що відноситься до зовнішніх засобів ІМКМП?
7. Що відноситься до внутрішніх засобів ІМКМП?
8. Назвіть основні носії ІМКМП.
9. Що таке фірмовий стиль, назвіть його основні елементи?

Теми для рефератів, виступів, презентацій:

Мережі магазинів в Україні та світі:

1. Л'Етуаль
2. Ельдорадо

3. Фокстрот
4. Алло
5. Епіцентр
6. Нова лінія
7. Мережа виномаркетів “Wine Time”
8. Сільпо
9. Фуршет
10. АТБ
11. Метро
12. Екомаркет
13. Шик і блиск
14. Грош

Література:

1. Крушельницький Р. О. Магазины роздрібної торгівлі як елемент громадського простору приміських поселень. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Архітектура*. 2018. № 893. С. 53-58.
2. Міщук І. П. Управління продажами як інструмент активізації діяльності спеціалізованих магазинів: актуальність, зміст, напрями реалізації. *Підприємництво і торгівля*. 2019. Вип. 25. С. 5-14.
3. Чала Т. Г. Моніторинг системи мотивації персоналу мережі продуктових магазинів. *Бізнес Інформ*. 2020. № 5. С. 477-484.
4. Світлична А. В. Стан стратегічного управління конкурентоспроможністю продуктового магазину. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 47(1). С. 160-163.