

## **Тема 9. Стимулювання збуту в торгових об'єктах**

**Мета й завдання:** познайомитися з промоакціями, як методі стимулювання збуту в торгових об'єктах: сутність категорії та завдання, розглянути класифікації промоакцій, семплінг та його характеристика.

### **План:**

- 1. Промоакції: сутність категорії та завдання**
- 2. Класифікація промоакцій**
- 3. Семплінг та його характеристика**

### **Ключові терміни теми:**

Промоакції: сутність категорії та завдання. Класифікація промоакцій. Промо-одяг. Промо-сайт. Промо-сувеніри. Промо-ролики. Промо-коди. Промо-моделі. Переваги проведення промо акції.

Семплінг та його характеристика. Різновиди семплінгів. Продакт плейсмент. Switch-selling (обмін) – обмін продукції конкурента на бренд, який рекламується та просувається на ринку. Cross-promotion. Дегустації (дегустации, testing). Розіграші, лотереї та конкурси; презентація та демонстрація товар. Промоушн у внз та школах. Розноска та розповсюдження рекламних матеріалів (флаєрів, газет, хенгерів на дверні ручки).

### ***Питання для обговорення:***

1. Комплекс просування товарів на місцях продажу.
2. Роль внутриміагазинної реклами та інструментів стимулювання збуту.
3. Ефективна організація цінників на різних місцях продажу.
4. Засоби оформлення місць продажу товару.
5. Основні види та правила розміщення рекламних матеріалів.
6. Основні принципи використання чуттєвих компонентів в магазині.
7. Фактори, що впливають на продажу в роздрібних торгових точках.

### ***Теми для рефератів, виступів, презентацій:***

1. BILLA
2. SPAR
3. Наш край
4. Єва
5. Домашній маркет
6. Roshen,
7. Цитрус
8. Техномаркет

- 9. COMFY
- 10.ВМ-Техніка
- 11.Все для дому
- 12.Я-господиця
- 13.Watsons
- 14.BROCARD

### **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.