

Содржина	
Вовед	3
Промоција	4
Економска пропаганда	4
Лична продажба	4
Промоција на продажба	4
Односи со јавноста и публицитет	5
Продажна промоција	6
Продажна промоција од производители кон потрошувачи	8
Ценовна промоција	8
Купони	8
Подарок со купен производ	9
Бонус производ/пакет	9
Натпревари и награди	9
Обложувања	10
Враќање на пари	10
Чести потрошувачи – поттик за лојалност	10
Продажна промоција кон членови на продажен тим	11
Натпревари	11
Продажни состаноци	11
Заклучок	12
Користена литература	13
Вовед	

Промоцијата претставува процес на помеѓу претприемачот и купувачот со цел да се оформи позитивен став за производителите и услугите кој води до нивно фаворизирање во процесот на продажбата на пазарот. Таа е перманентен процес на комуницирање помеѓу претприемачите и постоечките и потенцијални купувачи. Промоцијата помага да се оформи слика за претпријатието и неговите производи и услуги. Укажува на карактеристиките на постоечките производи и услуги и го запознава пазарот со новите производи и услуги. Помага да се одржи популарноста на производителите во фазата на опаѓање на животниот циклус на производот. Таа информира но и убедува да се купуваат производите и услугите на претпријатието ставајќи ги во поволна позиција во однос на конкуренцијата.

Наједноставно кажано промоција претставува распространување на информации за бизнисот, производот и/или услугата, брендот и се што е поврзано во однос на бизнисот.

Економска пропаганда – Advertising. Рекламата има за цел да даде точна информација за производот и/или услугата, брендот или бизнисот воопшто. Рекламирањето претставува платена презентација на бизнисот. Во овој елемент на маркетинг миксот спаѓаат печатени реклами, весници, ТВ, радио, билборди, брошури, веб страници итн. Често пати рекламирањето се изедначува во целост со промоцијата што како што ќе забележите не е точно, туку рекламирањето е само еден елемент од промоцијата.

Лична продажба. Личната продажба претставува процес на давање на помош на потенцијалниот потрошувач за да донесе одлука за купување на производот и/или услугата. Се изведува преку продажни состаноци, продажни презентации, продажни обуки, телефонски презентации итн. Скоро секоја продажба на крајот завршува со лична продажба. На пример, со помош на економска пропаганда го будите интересот кај потенцијалниот потрошувач кој доаѓа во вашиот продажен објект. Тука стапува на сила продажниот тим кој ќе треба да го презентира производот и/или услугата за потенцијалниот купувач да стане вистински купувач.

Промоција на продажба. Ова се елементи од промотивниот микс кои стимулираат на краток рок купување или продажба на производи. Како примери од овој облик на промоција можеме да ги наведеме попустните купони, попусти, тестери и мостри, премии, саеми, наградни игри. Препорачливо е користење на ваквите стимулирачки промоции како би се привлечле повеќе потенцијални потрошувачи, како би се наградиле сегашните купувачи и како би извлекле поголема продажба од сите потрошувачи. Ова го прават сите големи компании.

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----**

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com