

УДК 331

РЕКЛАМА И СТИМУЛИРОВАНИЕ ПРОДАЖ В ТОРГОВЛЕ

Богданова К.С., Панковец В.Е.

Научный руководитель старший преподаватель Аснович Н.Г.
Белорусский национальный технический университет

В современных рыночных условиях ни одно коммерческое предприятие не может успешно вести дела без рекламы в том или ином виде.

Торговая реклама способствует повышению качества торгового обслуживания покупателей.

При помощи рекламы покупатели быстрее находят необходимые им товары, приобретают их с наибольшими удобствами и наименьшей затратой времени. При этом ускоряется реализация товаров, повышается эффективность труда торгового персонала, снижаются расходы. Не менее важна информация для населения об отдельных торговых предприятиях, услугах, которые они предлагают, времени работы, методах продажи, а также специфические особенности их деятельности.

Торговой рекламе должны быть присущи черты добросовестной рекламы, такие, как правдивость, конкретность, целенаправленность, гуманность и компетентность.

Стимулированием продаж - использование разнообразных стимулирующих средств, способствующих совершению покупки.

Перспективными тенденциями в осуществлении стимулирования продаж являются:

- применение различных дисконтных карт и бонусных программ в зависимости от группы покупателей;
- использование специальных мобильных приложений для стимулирования продаж, электронной регистрации покупателей и получение цифровых купонов на акционные товары с ограниченным по времени сроком действия;
- внедрение электронных заявок на проведение акций в местах продаж; использование совместных программ лояльности с субъектами хозяйствования сферы услуг, банками; активное внедрение в розничной торговле социальных программ по поддержке малообеспеченных категорий граждан, молодежи и студентов.