

УДК 339.138(075.8)

ББК 65.290-5я73

З-38

Издание подготовлено совместно
с Издательским центром IPR MEDIA
www.iprmedia.ru

Автор:

Ю. А. Захарова — специалист по маркетингу, автор ряда книг по маркетингу и менеджменту.

Под редакцией Е. Н. Киселевой — кандидата экономических наук, профессора, заведующей кафедрой коммерции и маркетинга Саратовского государственного аграрного университета им. Н. И. Вавилова.

Захарова Ю. А.

З-38

Методы стимулирования сбыта: Учебное пособие / Под ред. Е. Н. Киселевой. — М: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2017. — 120 с.

ISBN 978-5-394-01784-1

В учебном пособии раскрываются понятие и роль стимулирования сбыта в системе продвижения товаров и услуг на современном конкурентном рынке, методы стимулирования сбыта в зависимости от выбранного объекта, а также способы анализа и оценки эффективности мероприятий по стимулированию сбыта.

Для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки «Торговое дело» (в частности, по профилю подготовки «Маркетинг»), в том числе при изучении дисциплин «Маркетинг» и «Коммерческая деятельность». Также учебное пособие полезно студентам специалитета и практическим работникам.

ISBN 978-5-394-01784-1

© Захарова Ю. А., 2011

© ООО «Ай Пи Эр Медиа», 2011

© ООО «ИТК «Дашков и К^о», 2011

Оглавление

Глава 1. Стимулирование сбыта и системе маркетинговых коммуникаций.....	5
1.1. Понятие и роль стимулирования сбыта.....	5
1.2. Основные характеристики стимулирования сбыта.....	7
1.3. Эволюция стимулирования сбыта	11
1.4. Разработка программы стимулирования сбыта.....	12
1.5. Стимулирование сбыта на разных этапах жизненного цикла товара.....	15
1.6. Цели, задачи и средства стимулирования сбыта	18
1.7. Выбор стратегии стимулирования сбыта	24
Глава 2. Средства и методы стимулирования сбыта.....	26
2.1. Стимулирование сбыта, направленное на конечного потребителя.....	26
2.2. Стимулирование сбыта, направленное на торговый персонал.....	33
2.3. Стимулирование сбыта, направленное на посредников	38
2.4. Реклама в местах продажи товаров	43
2.5. Личные продажи как метод стимулирования сбыта.....	52
2.6. Стимулирование сбыта услуг	62
2.7. Программы лояльности клиентов.....	69
Глава 3. Реализация программы стимулирования сбыта	80
3.1. Предварительное апробирование программы стимулирования	80
3.2. Объединяя бюджеты. Совместные промоакции.....	86

3.3. Основные принципы реализации программы стимулирования сбыта	92
3.4. Практическая реализация методов стимулирования	98
3.5. Как это работает?	106
3.6. Бюджет программы стимулирования сбыта	109
Глава 4. Контроль и оценка результатов программы	111
4.1. Контроль реализации программы стимулирования сбыта	111
4.2. Оценка результатов промомероприятий	112
4.3. Оценка эффективности стимулирования сбыта	115