



PODPORA PREDAJA

Definícia podpory predaja

O TEJTO TÉME:

“Podpora predaja je časovo obmedzený program snažiaci sa zatraktívniť ponuku pre zákazníkov, pričom tento program vyžaduje ich aktívnu spoluúčasť formou okamžitého nákupu alebo inej činnosti. Podpore predaja sú prisudzované vlastnosti: časové obmedzenie, spoluúčasť, priestorové obmedzenie a okamžitá nákupná reakcia spotrebiteľov.”

ČO SA DOZVIEŠ:

- ako vysvetľujeme podporu predaja
- ktoré vlastnosti prisudzujeme podpore predaja

👉 Definícia podpory predaja

👉 Vlastnosti podpory predaja

DEFINÍCIA PODPORY PREDAJA

Podpora predaja je časovo obmedzený program snažiaci sa zatraktívniť ponuku pre zákazníkov, pričom tento program vyžaduje ich aktívnu spoluúčasť formou okamžitého nákupu alebo inej činnosti. Z definície vyplýva, že podpora predaja je nástroj marketingovej komunikácie s krátkodobým charakterom, ktorého cieľom je nárazovo zvýšiť predaj.

VLASTNOSTI PODPORY PREDAJA

Podpore predaja sú prisudzované tieto vlastnosti:

- Časové obmedzenie: máme presne definované a spotrebiteľom vopred oznámené časové obmedzenie, t.j. obdobie, počas ktorého sa môžu napr. zapojiť do súťaže alebo uplatniť pri nákupe kupón na zľavu z ceny z tovaru.
- Spoluúčasť: predpokladá aktívnu účasť spotrebiteľa napr. formou zberu obalov produktov zapojených do spotrebiteľskej súťaže a ich zaslanie na adresu usporiadateľa príp. organizátora.
- Priestorové obmedzenie: geografické (hranice geograficky vymedzeného územia napr. Slovenská republika) alebo predajnej jednotky (vybraná maloobchodná jednotka),
- Okamžitá nákupná reakcia spotrebiteľov.

CHCETE SI Z TÉMY ODHRYZNÚŤ EŠTE VIAC?

<https://obchod.ucm.sk/produkt/podpora-predaja-v-systeme-marketingovej-komunikacie/>

<https://www.martinus.sk/745045-moderni-marketingova-komunikace/kniha>

<https://www.martinus.sk/48953-marketingova-komunikace/kniha>

<https://obchod.ucm.sk/produkt/prakticka-implementacia-nastrojov-marketingovej-komunikacie/>