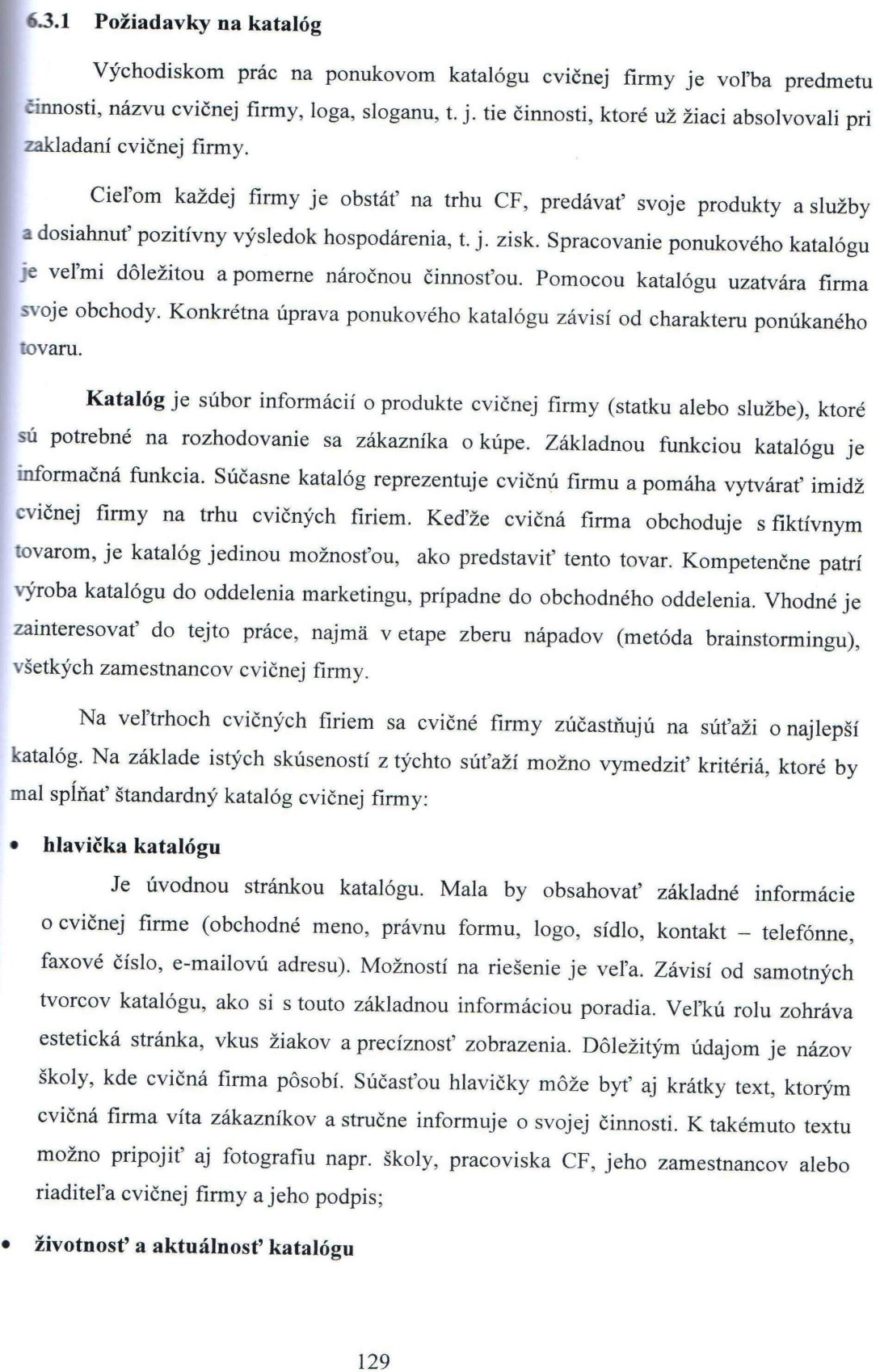
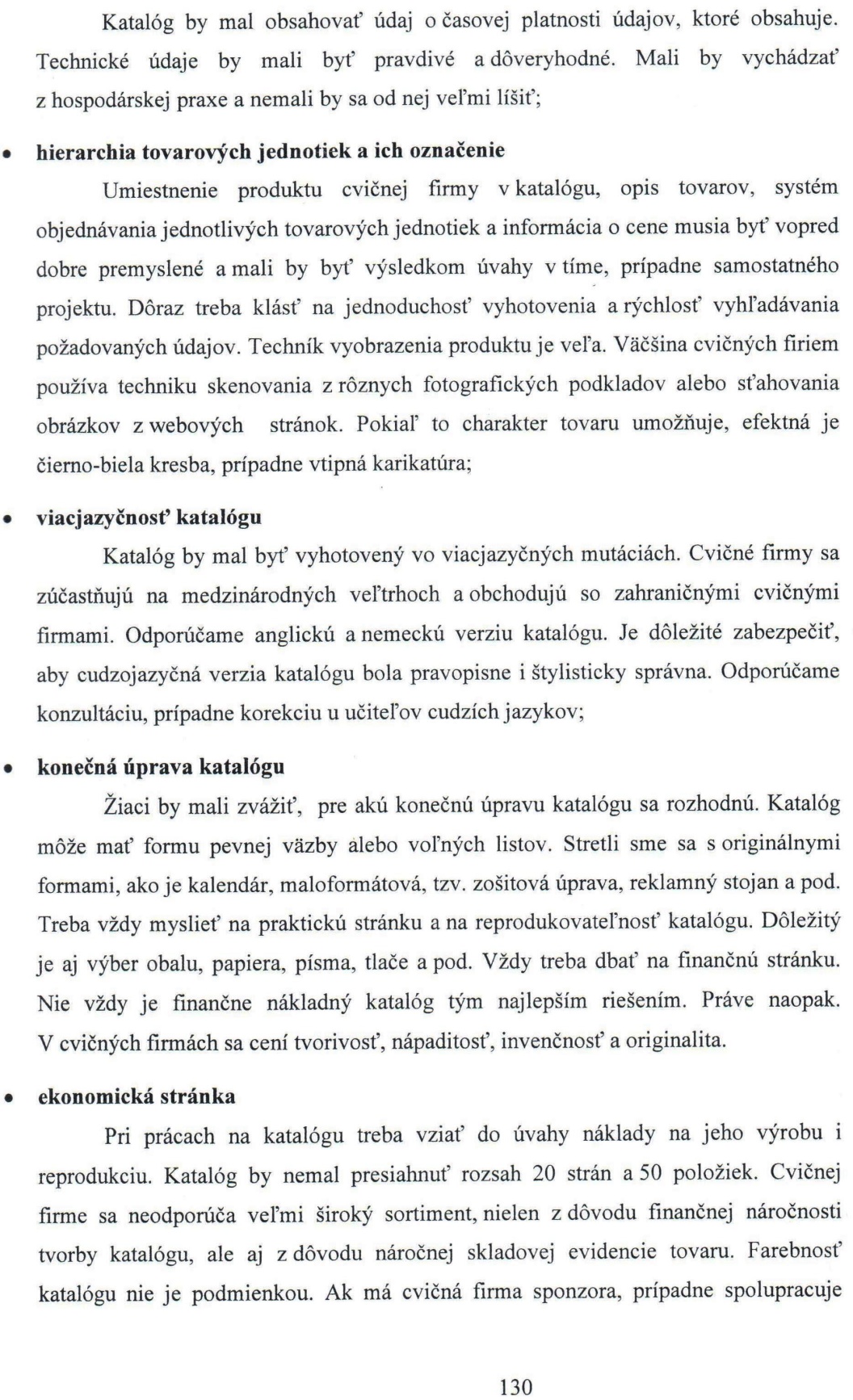
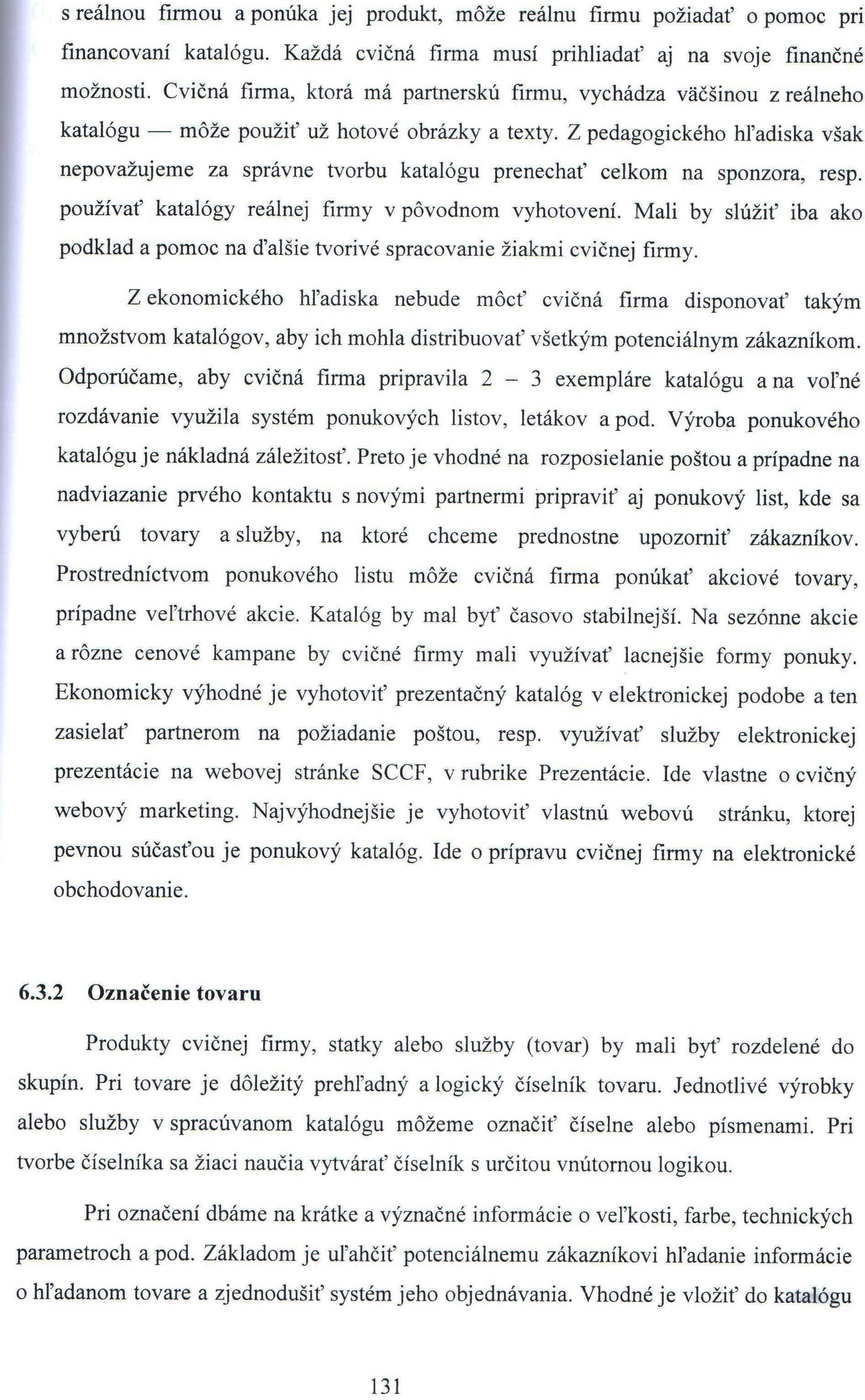
Nadpis: **Katalógy, reklamné a ponukové listy. Akcie na podporu predaja**







**Vytvorte katalóg so všetkými náležitosťami**

**Podpora predaja (zopakovať mkt)**

- je forma komerčnej masovej komunikácie medzi výrobcom (predajcom) a zákazníkom, ktorej cieľom je motivovať zákazníkov ku kúpe produktu v určitom čase. Ide vždy o krátkodobé akcie, ktoré majú podnietiť zvýšenie predaja a nesúvisia s kvalitou ponúkaného produktu.

**Podpora predaja využíva:**

- vzorky produktu, predajné výstavy, konferencie, predvádzanie výrobkov...,

- kupóny na zľavu, cenové zľavy...,

- poskytnutie prémie (tašky, perá, kľúčenky...),

- akcie - ak zaplatíš 2 dostaneš 3,

- súťaže predavačov a obchodných zástupcov,

- blahoželanie k životným jubileám.

**Rozdiel medzi reklamou a podporou predaja**.

Reklama - kúp si náš výrobok.

Podpora predaja - kúp si ho teraz.

**Public relations**

- všetky cieľavedomé a systematické opatrenia a aktivity podniku, ktorých cieľom je:

* vo verejnosti vzbudiť, udržať a rozvíjať podporu, dôveru k činnosti podniku u zákazníka.
* dementovať (odvracať) nepríjemné a inak škodiace udalosti, správy a klebety.

PR poznáme:

* rutinné – zahŕňa každodenné úsilie o publicitu. Má za cieľ upevnenie postoja verejnosti
* krízové – firma ho využíva, ak dôjde k poškodeniu dobrého mena spoločnosti. Verejnosť je potrebné okamžite informovať a vzniknutú situáciu riešiť.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Rozdiel medzi public relations a reklamou** | | |
|  | **Public relations** | **Reklama** |
| **sa vzťahuje na** | podnik, jeho imidž ako celok | bezprostredne na výrobok, tovar, službu |
| **zabezpečuje ho** | manažment firmy | marketing firmy |
| **cieľ** | postoj verejnosti, vzbudenie dôvery | vyvolať pozornosť a predaj |
| **charakter** | dlhodobý | krátkodobý |
| **dôveryhodnosť** | vyššia akceptovateľnosť správ | nižšia |
| **obracia sa na** | širšiu verejnosť | zákazníka |
| **argumenty** | pôsobí viac rozumovo | hľadá dôveru prostredníctvom pocitov |

**Podpora predaja - akcia na predajni ochutnávka na bebe keksy:**

1. účel

2. časový plán: od do (dátum)

3. materiálne zabezpečenie (odevy, jogurty, stánok...)

4. personálne zabezpečenie

5. zabezpečenie priestorov

6. rozpočet

7. pútač

8. priebeh



**Práca s verejnosťou - Deň otvorených dverí:**

1. účel

2. časový plán: od do (dátum)

3. materiálne zabezpečenie ()

4. personálne zabezpečenie

5. zabezpečenie priestorov

6. rozpočet

7. pútač

8. priebeh

[](https://www.google.sk/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwj-183DkpLSAhUKvRoKHb-vAfcQjRwIBw&url=http://www.markiza.sk/soubiz/1800882_den-otvorenych-dveri-tv-markiza-predposledna-augustova-sobota-plna-prekvapeni&psig=AFQjCNGlFnKe2KfBhDJuCjj20DLB9qapuQ&ust=1487249564526557)