**Obsługa klientów 06.04.2020**

**Na podstawie podręcznika i poniższego tekstu proszę zrobić notatkę do zeszytu**

1. **Temat:** Wykorzystanie instrumentów marketingu-mix w pracy handlowców
2. **Temat:** Bezpośrednia reklama sklepowa

**Marketing mix** to nic innego jak **kompozycja marketingowa –** zestaw powiązanych ze sobą elementów, które, połączone w ramach systemu marketingowego, przekładają się na zjawiska rynkowe. Składają się na niego wszystkie czynniki, które mogą zostać wykorzystane przez przedsiębiorstwo dla kształtowania **popytu** na jego produkty. Dzięki zrozumieniu działania tego modelu marketingu, możemy więc dobrać odpowiednią strategię, która pozwoli nam sterować procesami rynkowymi.

* **Produkt** – to nie tylko produkowany przez nas przedmiot lub usługa. Skupia w sobie wszystkie cechy, którymi może go opisać klient, reprezentuje markę i plasuje nabywcę w określonej grupie ludzi. Musimy pamiętać o tym, że jest naszą najlepszą reklamą.
* **Cena** – formując cenę musimy zadbać nie tylko o nasze interesy, ale także interesy klienta. Marketing mix zakłada także istnienie alternatywnego punktu widzenia, który charakteryzuje odbiorcę towarów i usług. Zadowolenie z ceny produktu i relacji ceny do jakości jest w nim jednym z najważniejszych czynników. Każdy przedsiębiorca jest również konsumentem i sam zdaje sobie sprawę z działania tego mechanizmu rynkowego.
* **Dystrybucja** – Produkt i cena decydują o kanałach dystrybucji. To od nich zależy to, w jakim segmencie będziemy się plasować i do kogo będą adresowane nasze produkty. Luksusowe butiki, sprzedaż wyłącznie przez Internet, a może sklepy „wszystko po 5 złotych”? Na wszystkie te pytania będziemy musieli sobie odpowiedzieć właśnie w tym etapie.
* **Promocja** – reklamując nasz produkt możemy wybierać pomiędzy setkami różnego typu wariantów. Od rynku docelowego zależeć będzie to, na jaki rodzaj promocji się zdecydujemy. Potencjalni odbiorcy preferują tradycyjne modele przekazywania informacji czy świetnie odnajdują się w internetowej rzeczywistości? Radio, telewizja, gazety, portale społecznościowe – we współczesnym świecie możliwości promocji ogranicza tylko nasza wyobraźnia.

**Reklama bezpośrednia**- jeden z rodzajów reklamy, wymagający bezpośredniego kontaktu pomiędzy sprzedającym i kupującym. Polega na wysyłce broszur lub ulotek bezpośrednio do potencjalnego odbiorcy albo wizycie w domu konsumenta.

Praca domowa

Wymień elementy reklamy sklepowej