

7-КАК ЧИСЛО УСПЕХА

Шигапова Юлия Раилевна

студентка 2 курса

научный руководитель: **Плужникова Ирина Ивановна**

факультет «Высшей школы физической культуры и спорта», г. Челябинск

Аннотация. Статья посвящена предпринимателям, студентам и тем, кто зарекомендовал себя на рынке. Одной из важных составляющих в бизнесе, является построение рекламы. А именно, продвижение товара на рынок. Данная статья раскроет основные правила, методы и способы продаж.

Ключевые слова: товар, продажа, число 7, реклама, цель, предприятие.

Под **продвижением товаров** на рынок понимают применение различных методов, с помощью которых продавец может убедить покупателя купить данную продукцию. Из-за больших конкуренций многие компании теряют свою уникальность и в последствии "прогорают". Имидж организации является одной из важных задач. Для успешного построения продаж в маркетинге **выделяют методы товара на рынок, которые гарантируют успех.**

1. Создание положительного имиджа компании, установление доступных цен для населения;
2. **Реклама** товара;
3. Применение инновационных методов продажи товара на рынок;
4. Установление и закрепление уровня ТОП на рынке;
5. Продвижение товара по ценовой политике(сначала дешево, потом дороже);
6. Стимулирование процесса сбыта товара;
7. Положительные отзывы покупателей(но так же не следует бояться критики, критика вам даёт толчок для исправление ошибок).



Рис.1. От производителя к потребителю

Стоит учитывать, что везде есть свои правила и продвижение- не исключение.

Правило №1. Продажа всей линии товара

Люди заходя в магазин, обращают внимание на несколько **товаров**, оформление в едином стиле. К примеру, девушка зашла в магазин сладостей и хочет купить подарок для своей подруги. Если она увидит на прилавке всего 1 вид шоколада, или любой другой сладости, у неё не будет варианта выбора и сравнение с другим товаром. Когда полки полные человек на подсознании выбирает тот товар(товарную марку), которую он хотел.

Правило №2. Коллекция товара.

Стимул продать товар таким образом, чтобы человек его купив, захотел купить второй, третий, и собирал коллекцию продукта. Основным помощником здесь будет играть дизайн товара. Какие-то определённые знаки отличия от других.

Правило №3. Польза и радость от приобретения.

Каждый товар должен приносить радость от использования. Вы работаете не только для своей выгоды, но и для выгоды покупателя. Нужно продавать товар так, чтобы к вам захотели вернуться.

Правило №4. Объединение с известными всем брендами.

Совместное сотрудничество позволяет зарекомендовать совершенно новые товар на рынке, но под популярным брендом.

Правило №5. Прислушивание к отзывам покупателей.

Покупатель знает за что он готов платить.

Можно использовать интернет- опросы, "горячую линию", книгу жалоб и предложений.

Правило № 6. Праздники.

Огромное количество праздников в нашей стране. Покупателю будет приятно приобрести в такие дни что-то новенькое для себя и для своих близких. В таких случаях оптимальным вариантом будет провести несколько акций, для увеличения спроса.

Правило №7. Итоги.

Используя все выше-перечисленные правила, ваша компания обретёт успех на рынке и принесёт вам хорошую прибыль.

Помимо перечисленных методов и правил продвижение товара на рынок, достаточно часто используют "Акции", "Скидки", "Распродажи" и так далее.

Бесприигрышные способы увеличения продаж

Изучив статью, у многих возникли вопросы «Как же всё таки продвигать товар, чтобы его купили?»

Всё то же успешное **число 7**, поможет вам и в этом.

1. **Ценовая политика.** В этом способе стоит учитывать расстановку товара на полках. Сначала «завлекаем» дорогостоящим товаром, который не каждому по карману, затем предлагаем аналогичные, но дешевле.
2. **Из крайности в крайность.** Покупая дешёвый товар, человек на подсознании ощущает свою бедность, и чувствует дискомфорт от этого, но хуже всего, когда товар оказывается некачественным. Поэтому обычно люди выбирают золотую середину товара, и не слишком дорогой, и не очень дешёвый.
3. **Привлечение внимания.** В этом поможет подсветка, яркая наклейка, вывеска с необычным принтом и так далее.
4. **Спонтанные покупки.** В хорошем расположении духа и приподнятом настроении человек часто совершает покупки. Поэтому многие предприниматели в магазинах включают приятную музыку и создают уютную атмосферу.
5. **«Магическая цифра».** Многие сталкивались с ценой 199, 599 и так далее. Подсознание человека воспринимает только первую цифру, которая на самом деле только лишь на рубль отличается от круглой цены. Таким образом, создаётся эффект скидки. Производя достаточно конкурентно способную продукцию, в качестве основного инструмента используют цену. [1]
6. **Тематические мероприятия.** Необходимо составить список наиболее значимых и достойно представить себя. Тысячи предприятий с разных городов и стран представляют и продают свои товары на выставках, ярмарках, что позволяет им представить товар и ответить на все вопросы о компании. [2]
7. **Нестандартные решения.** Нужно несомненно оставаться в тренде и быть в ТОПе популярности. Необходимо убедить покупателя в том, что ваш товар действительно лучше.

Список литературы:

1. Кондырева, С «Особенности формирования национального бренда в России», Ж.

Маркетинг и маркетинговые исследования в России №3, М., 2001.

2. Котлер, Ф «Маркетинг. Менеджмент», С-П.,2000, с. 517-535.