

KAS IR POPULARIZĒŠANA (no angļu val PROMOTION)?

Popularizēšana ir viens no mārketinga elementiem. Tā ir pārliecinoša komunikācija, kura informē patērētāju par produktu vai pakalpojumu un ietekmē viņu to iegādāties.

POPULARIZĒŠANAS DAŽĀDIE VEIDI

Lai sasniegtu kārotos pārdošanas rezultātus, uzņēmējiem jāapsver visi popularizēšanas veidi un jānolemj kuri no tiem un kādā līmenī jāizmanto. Dažādu popularizēšanas veidu sajaukums tiek saukts par popularizācijas mikslu. Tas balstās uz reklamēto produktu, potenciālo klientu īpašībām, vispārējo tirgus stāvokli un pieejamajiem līdzekļiem.

- **Reklāma** ir vispārēja informācija pārdošanas veicināšanai, kuru apmaksā noteikts uzņēmums, tā ir mērķēta lielai cilvēku auditorijai.
- **Pārdošanas veicināšana**- jebkura pārdošanas aktivitāte reklāmā un personīgajā pārdošanā. Tajā ietilpst bezmaksas paraugi, kuponi, konkursi un citi pārdošanas stimulantu.
- **Izvietojums**- produkta novietošana pie vai netālu no kasēm. Tajā ietilpst atraktīvi skatlogi un iekšējie displeji kā arī uzmanību saistošas ārā novietotas zīmes.
- **Sabiedriskās attiecības**- process, kurā pret uzņēmumu tiek veidota pozitīva attieksme. Viens no paņēmieniem ir nolīgt citu uzņēmumu, kurš popularizē konkrēto biznesu.
- **Publicitāte**- bezmaksas reklāma biznesam. Piemēram, kad laikrakstā tiek rakstīts par jauna uzņēmuma atvēršanu, uzņēmuma vadībai par to nav jāmaksā.
- **Personīgā pārdošana**- tiešā komunikācija, kuru veido pārdevējs, lai pārliecinātu klientu vai nelielu klientu grupu veikt pirkumu.

POPULARIZĒŠANAS MEDIJI

Jebkurai mediju izmantošanai biznesa popularizēšanā būtu jābalstās uz auditorijas izmēru un veidu, popularizēšanas izmaksām, pieejamajam laiku, vietu, un mediju piemērotību mērķa patērētājam. Tev jāizlemj, kurš no medijiem ir vispiemērotākais tavam biznesam.

- **Avīzes** ir ilgspējīgas. Parasti avīzēm nepieciešams mazāk par nedēļu, lai publicētu reklāmu. Cenas ir balstītas uz avīzes cirkulāciju. Jo lielāka cirkulācija, jo lielāka cena.
- **Radio** ir daudzaptveroši. Tie sasniedz lielu klientu loku. Radio reklāmas parasti tiek pārdotas 15, 30 un 60 sekunžu apjomā. Cena svārstās atkarībā no dienas laika, klausītāju skaita un pašas stacijas.
- **Televīzija** ir ļoti populāra un piedāvā gan vizuālo, gan audio informāciju. Televīzijas reklāmām raidlaiks tiek pārdots 10, 20, 30 un 60 sekunžu apjomā. Cena svārstās balstoties uz kanālu, kā arī dienas laiku.

- **Žurnāli** sasniedz specifisku lasītāju pulku un parasti tie ir limitēti īpašām tēmām vai ģeogrāfiskiem apgabaliem. Tie kalpo ilgu laiku.
- **Tiešais pasts** sasniedz konkrētu patērētāju daļu un var tikt izmantots katalogu, vēstuļu, pastkaršu, kuponu vai vizītkaršu veidā.
- **Āra reklāmas**- reklāmas stendi, reklāmas autobusus un taksometros ir lielisks veids kā sasniegt ceļotājus, bieži vien reklāmas skatījumu skaits atkārtojas.

Efektīvai popularizēšanas izmantošanai būtu jābūt augstu novērtētam līdzeklim jebkuram mazā biznesa vadītājam vai uzņēmējam. Saprātne par klienta vajadzībām un vēlmēm palīdz piedāvāt atbilstošas preces un pakalpojumus, un palielināt ieņēmumus.

UZDEVUMI

1. Atrodi rakstā 3 terminus, kuri tiek izmantoti popularizēšanā. Noskaidro to nozīmes un izmēģini tos lietot teikumos, kuri parāda, ka tos pārzini.

2. Salīdzini popularizēšanas paņēmienus, kurus izmanto vietējais mazais uzņēmums un liels uzņēmums (piem., vietējā aptieka un lielveikalu ķēde). Izskaidro atšķirības un to, kāpēc tās eksistē. Vai mazajam uzņēmumam, kad tas cenšas sevi popularizēt, ir kādi trūkumi?

3. Sagatavo sarakstu ar 5 dažādiem produktu un pakalpojumu veidiem. Katram veidam nosaki kuras popularizēšanas metodes būtu vislabākās, lai informētu patērētājus par šo produktu vai pakalpojumu. Kāpēc izvēlēties katru metodi?

4. 3-4 cilvēku komandās izveido tabulu ar sekojošajiem produktiem un pakalpojumiem, salīdzinot kādas ir atšķirības starp tiem. Uzraksti katram produktam vai pakalpojumam aprakstu par to cik noderīga būtu popularizēšana, lai palīdzētu patērētājam pieņemt lēmumu to iegādāties.

- Ryanair lidojumi
- BMW mašīna
- LG veļas mazgājamā mašīna
- McDonald's jaunais hamburgers
- Diet Coke
- Adele
- Vietējais frizieris
- Cirks
- Florists
- Drukātājs

5. Četru līdz sešu cilvēku grupās apspriediet stratēģijas, kuras ļautu popularizēt jūsu skolu/apmācību centru. Diskutējiet par to cik vērtīgi skolai būtu izveidot publisko attiecību programmu, kura tiktu izmantota vietējā kopienā. Centieties izmantot visus

Enter



sešus popularizēšanas veidus lai labāk veiktu uzdevumu. Vai visi seši veidi var tikt izmantoti efektīvi?