

Satış Geliştirme

Gürcan Banger

Satış Geliştirme

- **Satış geliştirme (promosyon)**, hızlı bir iletişim süreci içerisinde hedef tüketicilere (hedef müşterilere) ulaşarak
 - tüketicinin (müşterinin) satın alma karar sürecini etkilemeyi ve
 - markanın bu gruplar tarafından benimsenmesini
- sağlar.

Satış Geliştirme Unsurları

- **Perakendecilere Yönelik Uygulamaları**
 - Perakendeci kuponları,
 - Örnek uygulama gösterileri,
 - Ticaret pulları,
 - Satış noktası (vitrin düzenleme).
- **Yeni Ürüne Yönelik Uygulamalar**
 - Bedava örnek ürünler,
 - Kuponlar,
 - Para iadeleri.

Satış Geliştirme Unsurları

- **Tutunmuş Ürüne Yönelik Uygulamalar**
 - Armağanlar,
 - Fiyat kesinti önerileri,
 - Yarışmalar,
 - Çekilişler,
 - Oyunlar,
 - Özel ambalajlar.
- **Aracılara Yönelik Uygulamalar**
 - Sonradan satın alma ikramları,
 - Başında ve sonunda say yöntemleri,
 - Bedava emtia,
 - Reklamda işbirliği,
 - Bayi listeleme,
 - Primler, yarışmalar, hediyeler.

Satış Geliştirme Faaliyetleri

- Satış geliştirme (promosyon) faaliyetlerinin tüketiciler (müşteriler) ve / veya örgütsel alıcılar açısından bazı amaçları şunlardır:
 - Markanın, ürünün, hizmetin farkında olunmasını sağlamak,
 - Rekabetçi ek satış (pazar geliştirme) gerçekleştirme,
 - Marka bağlılığını sağlamak,
 - Tekrar satın almayı gerçekleştirmek,

Satış Geliştirme Faaliyetleri

- Rakip marka bağlılığını kırmak,
- Rakip çabaları etkisizleştirmek,
- Rakiplerden farklılaşmak,
- Tüketici (müşteri) değeri yaratmak,
- Bölgesel, mevsimlik vb satış dengesizliklerini gidermek,
- Dağıtım kanallarını cesaretlendirip stok seviyesini geliştirmek,
- Nakit girişini dengelemek,

Satış Geliştirme Faaliyetleri

- Halkla ilişkilere destek sağlama,
- Mal / hizmet, fiyatlandırma, dağıtım ve tutundurma stratejilerinde taktiksel etkinliğini artırmak,
- Birim maliyet düşüşü (atıl kapasite) sağlamak,
- Mağaza ve / veya rafta ek yer sağlama.