



## Методы стимулирования продаж

- 1 Система побудительных мер и приемов, носящих, как правило, кратковременный характер и направленных на поощрение покупки или продажи товара, называется ...
- 2 ... выступает как причина и условие ограничения или расширения деятельности или как предпосылка, вызывающая необходимость изменений в самой компании
- 3 Хозяйственный механизм компании, направленный на развитие научно-технической и производственно-сбытовой деятельности, называется ...
- 4 Адаптация компании к действию рыночных факторов в области продаж может осуществляться ...
- 5 ... – это посредник, который выполняет работу по приближению товара и права собственности на него к конечному потребителю
- 6 Цепочка: Производитель - Оптовый посредник - Розничный посредник - Потребитель – характеризует ...
- 7 Каналы, предполагающие перемещение товаров и услуг сначала от изготовителя к независимому участнику, а затем от него к потребителю, называются ... каналами
- 8 Служащие фирмы, занимающиеся поиском клиентов и работой с ними, называются ...
- 9 Юридически самостоятельные лица, заключающие договоры и ведущие дела для нескольких фирм, называются ...
- 10 Посредники, которые занимаются поиском возможностей заключения договоров, представляют интересы обеих сторон (продавца и покупателя), являясь посредниками между ними, называются ...
- 11 Оптовые (реже розничные) посредники, которые ведут операции от своего имени и за свой счет, называются ...
- 12 Оптовые и розничные посредники, ведущие операции от имени производителя и за свой счет, называются ...
- 13 Оптовые и розничные посредники, ведущие операции от своего имени и за счет производителя, называются ...





- 14) Посредники, выступающие в качестве представителя или помощника другого, основного по отношению к ним лица (принципала), называются ...
- 15) Посредники, сводящие контрагентов при заключении сделок, называются ...
- 16) Распределение, предполагающее обеспечение запасами продукции в возможно большем числе торговых предприятий, называется ... распределением
- 17) Распределение, позволяющее производителю добиваться необходимого охвата рынка при более жестком контроле и с меньшими издержками, чем при организации интенсивного распределения, называется ... распределением
- 18) Распределение, предполагающее намеренно ограниченное число посредников, торгующих данной продукцией в рамках сбытовых территорий, называется ... распределением
- 19) ... продают товары по каталогам небольшим магазинам, расположенным в отдаленных районах
- 20) Мелкие оптовики, которые продают товары небольшим магазинам прямо с автомобилей и за наличный расчет, называются ...
- 21) ... – это дистрибьюторы промышленных товаров с широким ассортиментным набором и полным комплексом услуг
- 22) ... продают товары со склада, требуя немедленной оплаты и вывоза товара транспортом покупателя
- 23) ... сами выставляет товары на полках магазинов, контролирует их запасы, подает заказы
- 24) ... приобретают собственность на товары, но не занимаются их хранением и транспортировкой, поручая это производителям
- 25) Раздача образцов, промышленные выставки и ярмарки, демонстрации относятся к такому типу маркетинговых коммуникаций, как ...
- 26) Цели стимулирования, обращенные к потребителю, могут быть ...
- 27) Задача стратегических целей стимулирования продаж, обращенных к потребителю, – ...
- 28) Задача разовых целей стимулирования продаж, обращенных к потребителю, – ...





- 29) Задача специфических целей стимулирования продаж, обращенных к потребителю, – ...
- 30) ... стимулирование служит инструментом общего оживления торговли
- 31) Размещение товара вне мест общей выкладки на выгодной позиции называется ... стимулированием
- 32) ... стимулирование осуществляется в местах общей выкладки товаров и, как правило, исходит от производителя
- 33) К средствам стимулирования продаж, направленным на покупателя, относят ...
- 34) Сертификаты, дающие потребителю право на оговоренную экономию при покупке конкретного товара, называются ...
- 35) Бесплатный товар или услуга называются ...
- 36) Ценовые скидки, реализуемые после совершения покупки, называются ...
- 37) Товары, предлагаемые по довольно низкой цене или бесплатно в качестве поощрения за покупку другого товара, называются ...
- 38) ... стимулирование – ситуация, когда две или более марки или компании объединяются, предлагая купоны, компенсации или конкурсы
- 39) К способам стимулирования торговых посредников относятся ...
- 40) К льготам в натуральном выражении относится ...
- 41) Покупатель – это тот, кто ...
- 42) В процессе принятия решения о покупке после фазы «сбор информации» следует фаза ...
- 43) ... – это практическое воплощение удовлетворения ожиданий потребителей
- 44) ... – это результат деятельности, представленный в материально-вещественной форме и предназначенный для дальнейшего использования в хозяйственных или иных целях
- 45) Управление имиджем компании, индивида или группы лиц – это ...
- 46) Торговая деятельность – это ...





- 47) Конъюнктура рынка – это ...
- 48) С точки зрения классификации маркетинговых коммуникаций, рекламный ролик, демонстрирующийся на TV, относится к ...
- 49) Связи, образуемые организацией с контактными аудиториями (потребителями, поставщиками, партнерами и т.п.) посредством различных средств воздействия, к каковым относятся реклама, PR, стимулирование сбыта, пропаганда, личные продажи, это – ...

