

***Educație antreprenorială – Secțiunea de planificare:
Promovarea; Plasarea.***

“Sunt conștient că jumătate din banii pe care îi dau pe promovare sunt bani aruncați pe fereastră, doar că nu știu care jumătate.”

(John WANAMAKER)

Temele întâlnirii

1. P de la promovare – cazul proiectului nostru;
2. P de la plasare - cazul proiectului nostru;

1. P de la promovare – cazul proiectului nostru

11. Configurarea mixului de marketing;

a.

....

f. Promovare (pentru produsul principal);

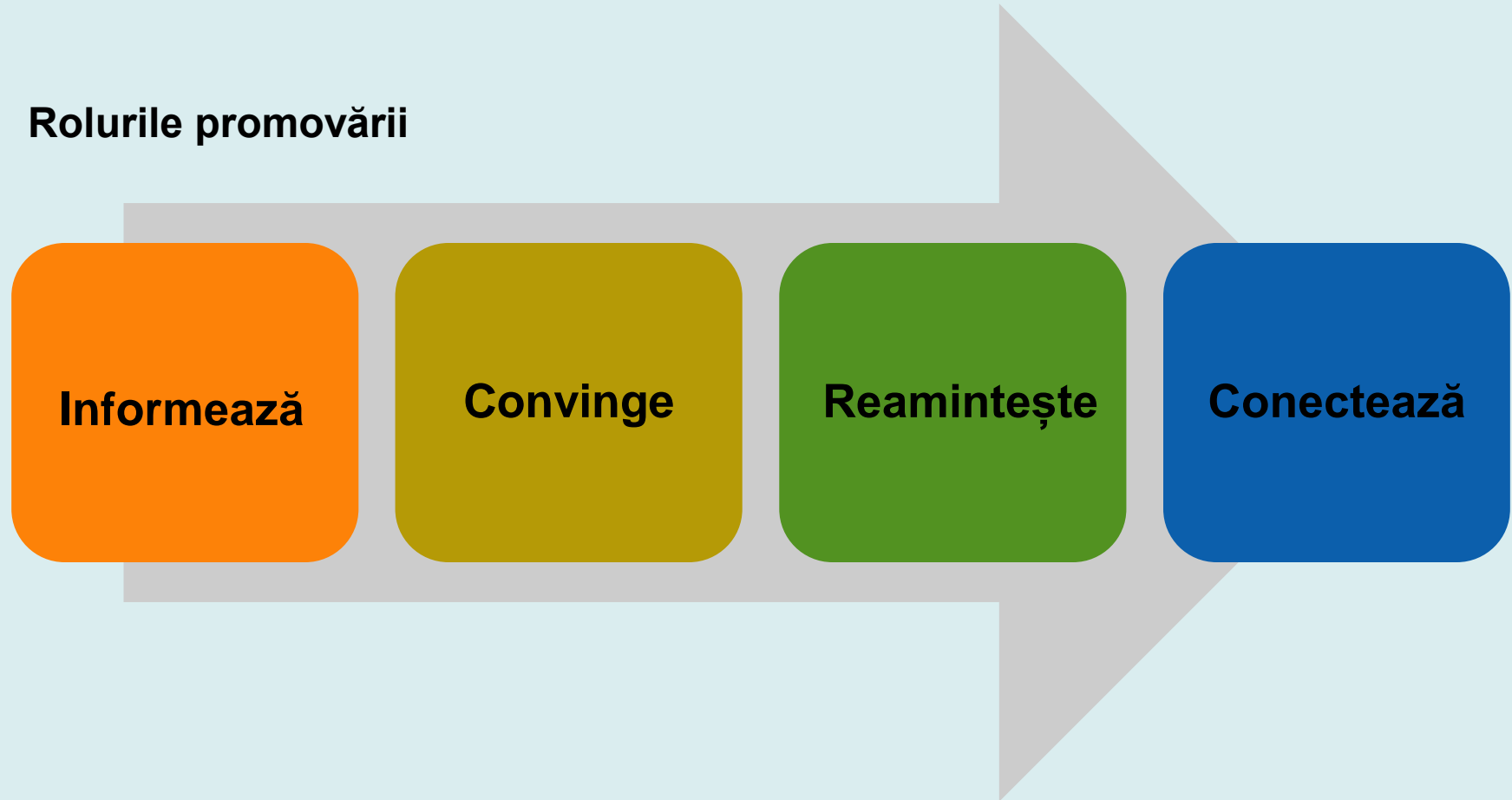
i. Obiective de promovare;

ii. Mixul de promovare selectat;

iii. Calendarul activităților de promovare;

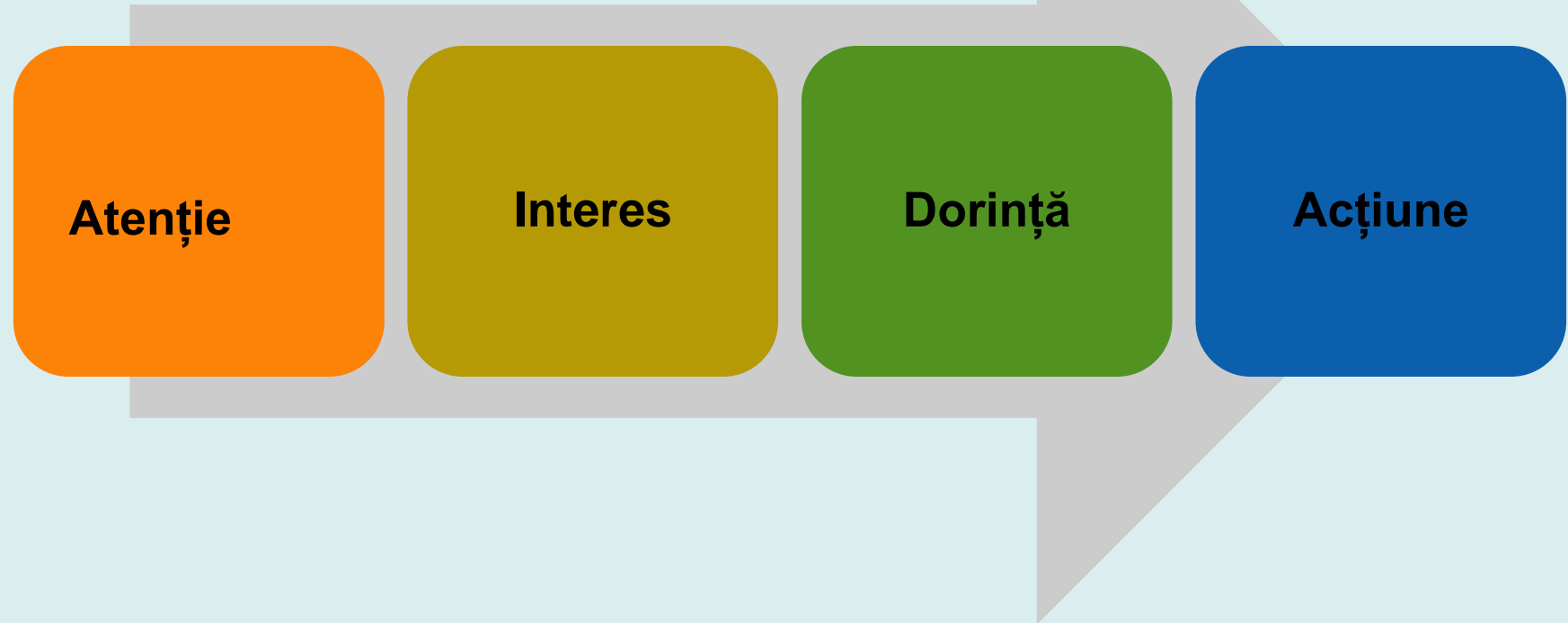
1. P de la promovare – cazul proiectului nostru

Rolurile promovării

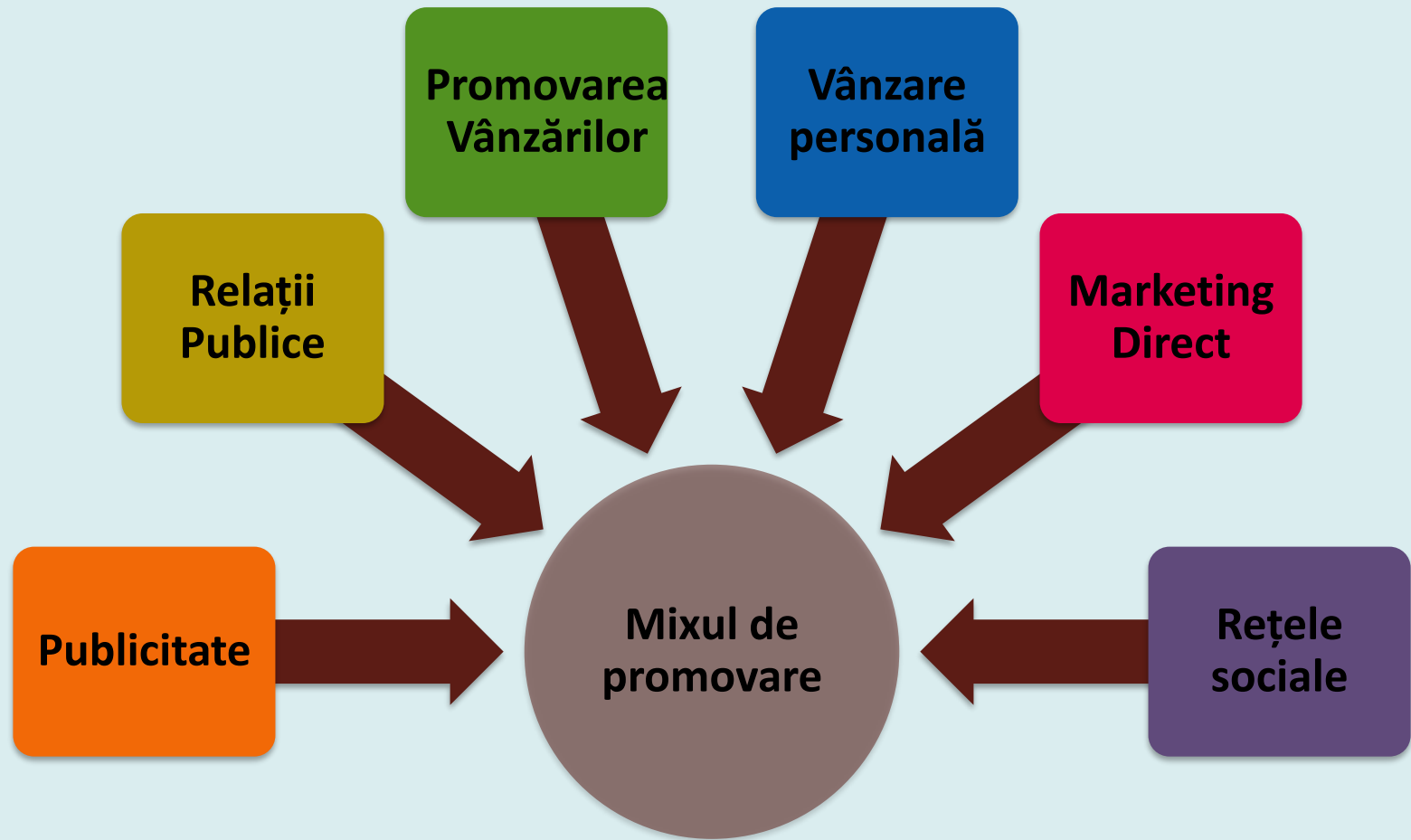


1. P de la promovare – cazul proiectului nostru

Modelul AIDA



1. P de la promovare – cazul proiectului nostru



1. *P de la promovare – cazul proiectului nostru*

Exhibit 15.3

CHARACTERISTICS OF THE ELEMENTS IN THE PROMOTIONAL MIX (INCLUDING DIRECT-RESPONSE COMMUNICATION)

	Advertising	Public Relations	Sales Promotion	Personal Selling	Direct-response Communication	Social Media
Mode of Communication	Indirect and impersonal	Usually indirect and impersonal	Usually indirect and impersonal	Direct and face-to-face	Direct but often impersonal	Indirect but instant
Communicator Control over the Situation	Low	Moderate to low	Moderate to low	High	Some, depending on medium used	Some, depending on medium used
Amount of Feedback	Little	Little	Little to moderate	Much	High	High
Speed of Feedback	Delayed	Delayed	Varies	Immediate	Varies	Immediate
Direction of Message	Flow one-way	One-way	Mostly one-way	Two-way	Mostly two-way	Two-way/multiple ways
Control over Message Content	Yes	No	Yes	Yes	Some	Varies
Identification of Sponsor	Yes	No	Yes	Yes	Yes	Yes
Speed in Reaching Large Audience	Fast	Usually fast	Fast	Slow	Slow	Fast
Message Flexibility	Same message to all audiences	Usually no direct control over message audiences	Same message to varied target	Tailored to prospective buyer	Tailored to prospective target	Tailored to prospective target—the most targeted

Cf. Nelson Education LTD

1. *P de la promovare – cazul proiectului nostru*

Exhibit 15.5

THE PROMOTIONAL MIX AND THE AIDA MODEL

	Attention	Interest	Desire	Action
Advertising	●	●	◐	○
Public Relations	●	●	●	○
Sales Promotion	◐	◐	●	◐
Personal Selling	◐	●	●	●
Direct Marketing	◐	●	●	●
Social Media	◐	●	●	●

● Very effective ◐ Somewhat effective ○ Not effective

1. P de la promovare – cazul proiectului nostru

Calendarul activităților de promovare:

Un media plan care să conțină:

- Obiectivul de promovare vizat;
- Instrumentul/instrumentele de promovare utilizat(e);
- Canalul media;
- Perioda de desfășurare;
- Alte elemente relevante (frecvență etc).

2. P de la plasare - cazul proiectului nostru

11. Configurarea mixului de marketing;

a.

.....

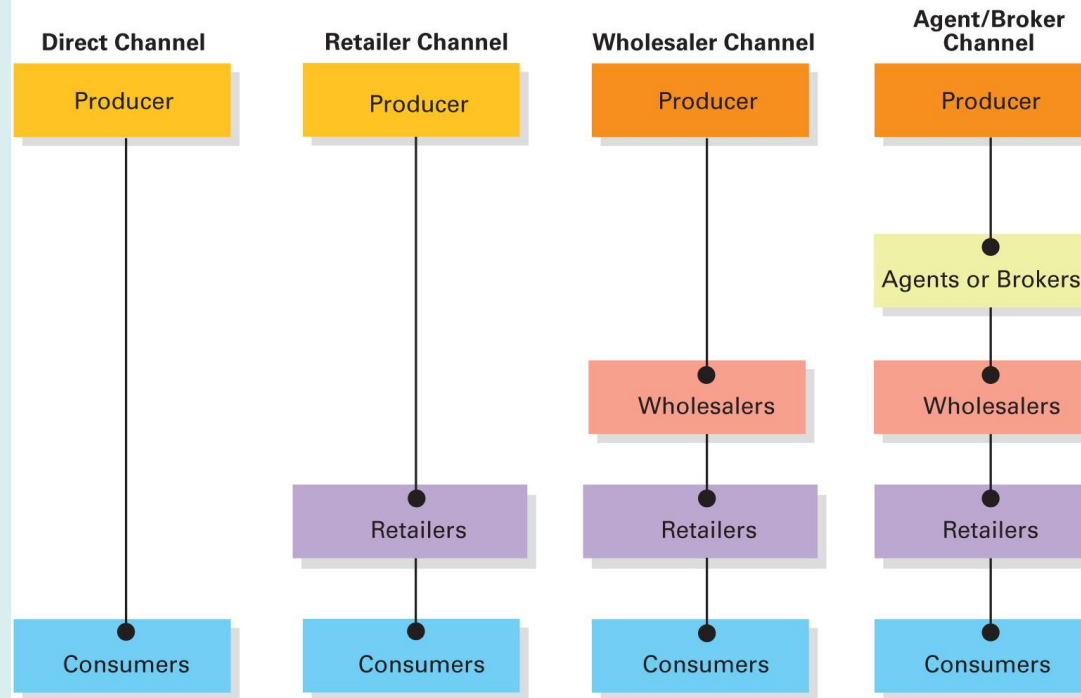
g. Plasare (pentru produsul principal);

i. Descrierea canalelor de distribuție selectate;

2. *P de la plasare - cazul proiectului nostru*

Exhibit 13.3

MARKETING CHANNELS FOR CONSUMER PRODUCTS

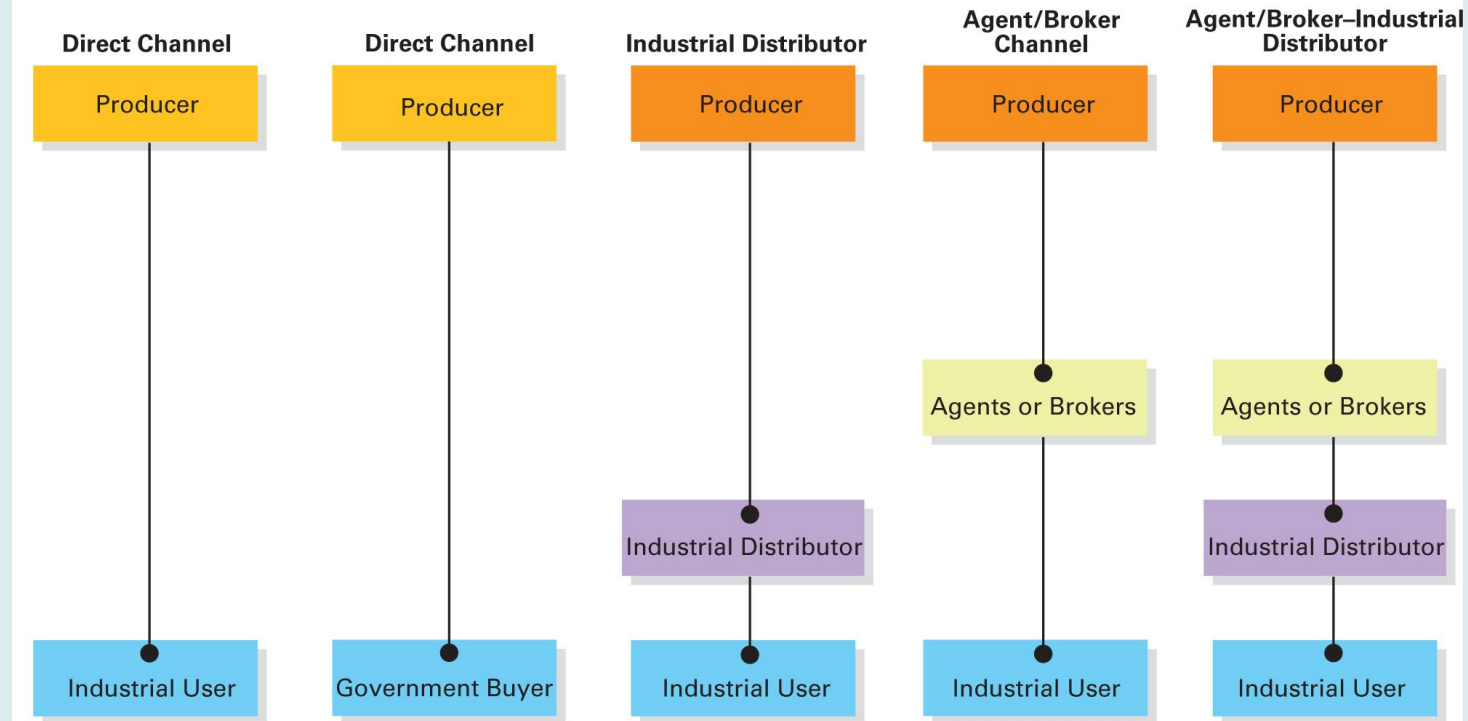


Cf. Nelson Education LTD

2. *P de la plasare - cazul proiectului nostru*

Exhibit 13.4

CHANNELS FOR BUSINESS AND INDUSTRIAL PRODUCTS



Mulțumesc!

(1) Jijie Dumitru-Tudor

Secure | https://www.facebook.com/jijie.dumitrutudor

Jijie Dumitru-Tudor

Actualizează informațiile

Jurnal de activități 10+

Cronologie Despre Prieteni 1.693 Fotografii Mai multe

110 articole de revizuit

Prezentare

Adaugă o biografie temporară

Director Executiv la Euroregiunea Siret-Prut-Nistru

Administrator la Eastern Marketing Insights

Lector la UNIVERSITATEA "ALEXANDRU IOAN CUZA" din IAȘI

A fost Profesor asociat la Romanian-Canadian MBA

A studiat Metodologia cercetării la HEC Montréal

A studiat Econometrics la Université Pierre-

Creează o postare

Eveniment din viață

Fotografii/Clip video

Clip video în direct

La ce te gândești?

Foto/Video Stare/Activitate

Jijie Dumitru-Tudor a distribuit o postare — împreună cu Gigi Frunza și alți 6.

25 minute

O delegație reprezentând șase universități și institute din Vinița și Donețk s-a aflat la Iași pe parcursul zilelor de 17 – 19 mai. Acțiunea este un rezultat al parteneriatului dintre Euroregiunea Siret-Prut-Nistru și Euroregiunea Dniester.

PAGINILE TALE

AGORA Think Club

Semper Unitis

CONTACTE

Ludmila Sfirloaga

Iuliana Beldiman

Vasile Cotiuga

Vasile Grivincă

Marlena Alecsa

Simona Cuciureanu

Consiliul Raional Glodeni

Marius Părciu

Andreea Jijie

Ciprian Paraschiv

Tudor-Stefan Rotaru

CONVERSAȚII DE GRUP

AGORA Marius, Dorin, Zlate, alți 3

Partidul Membrilor

Caută

ROU 11:54 PM

ROS 5/22/2018

Tudor.Jijie@feaa.uaic.ro