



UNIVERSITATEA DIN
BUCUREȘTI
— VIRTUTE ET SAPIENTIA —

UNIVERSITATEA DIN BUCUREȘTI
FACULTATEA DE MATEMATICĂ ȘI
INFORMATICĂ



Facultatea de
Matematică și Informatică
— Universitatea din București —

PROGRAM DE LICENȚĂ: CALCULATOARE ȘI
TEHNOLOGIA INFORMAȚIEI

MARKETING

ASIST. UNIV. DR. ȘTEFAN-ALEXANDRU CATANĂ



POLITICA DE PROMOVARE

SCRISOAREA DE VÂNZĂRI

POLITICA DE PROMOVARE

- ▶ Instrumente de promovare:
 - ▶ Publicitate (spoturi publicitare TV, reclame pe Internet, panouri publicitare, reclame outdoor etc.);
 - ▶ Marketingul direct (scrisori de vânzare, cataloage publicitare, newsletter etc.);
 - ▶ Promovarea vânzărilor (campanii promoționale, postări pe Google, pe rețelele de socializare, mostre gratuite, vânzări flash, reduceri etc.);
 - ▶ Participarea la târguri și expoziții;
 - ▶ Relații publice (comunicate de presă, relații cu mass-media)
- ▶ Promovarea se referă la ceea **ce este comunicat, cui este comunicat, modul** în care mesajul ajunge la publicul țintă și **frecvența** cu care se realizează activitățile de promovare.
- ▶ Toate instrumentele de comunicare trebuie să transmită mesajul organizației **într-un mod cât mai potrivit cu ceea ce vrea să audă un anumit grup de consumatori.**
- ▶ Promovarea se poate face în stil informativ, sau făcând apel la emoții și sentimente.

SCRISOAREA DE VÂNZĂRI

- ▶ este componenta-cheie a pachetului utilizat în cadrul campaniei de direct mail
- ▶ include:
 - ▶ antetul
 - ▶ teaser-ul
 - ▶ formula de adresare
 - ▶ conținutul
 - ▶ introducerea
 - ▶ cuprinsul
 - ▶ încheierea
 - ▶ formula de salut
 - ▶ post scriptum-ul

RATELE DE RĂSPUNS CRESC ATUNCI CÂND ...

- ▶ formula de adresare este **personalizată**
- ▶ sunt folosite caractere îngroșate (**boldite**)
- ▶ sunt folosite **cuvinte, propoziții și fraze scurte**
- ▶ caracterele folosite au **două culori**
- ▶ apar **cifre și diferite statistici**
- ▶ sunt folosite **fotografii**
- ▶ scrisoarea conține **post scriptum**
- ▶ cuvintele îndeamnă la **acțiune**
- ▶ sunt acordate **bonusuri** la cumpărarea produsului

RATELE DE RĂSPUNS CRESC ATUNCI CÂND ...

- ▶ apar **mențiuni olografe** (semnătura expeditorului, formula de adresare și cea de salut)
- ▶ avantajele oferite consumatorului sunt **listate**
- ▶ consumatorului îi sunt oferite **garanții**
- ▶ adresarea în cadrul scrisorii este **personalizată**
- ▶ consumatorul poate participa la un **concurs**
- ▶ oferta promovată are o dată limită de valabilitate
- ▶ cu comanda onorată este transmis și un **cadou gratuit**
- ▶ sunt folosite **caracterele standard** ale editorului de texte

ASPECTE ORGANIZATORICE

- ▶ **Scrisorile de vânzări se încarcă pe Moodle, în secțiunea dedicată până pe data de 5 aprilie 2023, ora 23:59.**
- ▶ Materialul se încarcă în format .pdf.
- ▶ **Scrisorile se încarcă de către un singur membru al echipei!**
- ▶ **Titlul fișierului:** CTI3_Scrisoare_Nume prenume student1_Nume prenume student2_Nume prenume student 3
- ▶ Materialele care nu respectă regulile menționate, nu vor primi punctaj.

VĂ MULȚUMESC MULT PENTRU ATENȚIE!

