

Kompozycja promocji na podstawie firm samochodów dostawczych

Wstęp.....1

Rozdział I.

Istota marketingu2

1.1 Powiązania marketingu ze strategiami przedsiębiorstwa.....3

1.2. Promocja -system komunikacji.....8

1.3. Strategia promocyjna przedsiębiorstwa.....13

1.3.1.Strategie promocyjne typu "push" i "pull".....15

1.4. Miejsce i rola promocji zarządzaniu marketingowym w przedsiębiorstwie.....17

1.5. Etapy budowy skutecznej promocji.....19

1.5.1.Identyfikacja docelowego adresata promocji.....19

1.5.2. Określenie celów promocyjnych.....21

1.5.3.Projektowanie przekazu promocyjnego.....23

1.5.4.Wybór kanału komunikacji.....24

1.5.5.Ustalenie całkowitego budżetu promocyjnego.....24

1.5.6.Zarządzanie i koordynowanie całościowym procesem komunikacji marketingowej.....26

Rozdział II.

Elementy promocji.....28

2.1.Reklama.....28

2.1.1. Role jakie pełni reklama.....29

2.1.2. Rodzaje i formy reklamy.....30

2.1.3. Nowe formy reklamy.....31

2.1.4. Środki reklamy.....33

2.1.5. Metody reklamowe.....34

2.1.6. Projektowanie skutecznych kampanii reklamowych.....	36
2.1.7. Ustalanie celów reklamy.....	37
2.1.8. Ustalanie wysokości budżetu reklamowego.....	38
2.1.9. Treść przekazu reklamowego.....	39
2.1.10. Kryteria wyboru środków reklamy.....	41
2.1.11. Ocena efektywności reklamy.....	43
2.1.12. Slogan – nieodzowny element reklamy.....	45
2.2. Promocja Sprzedaży (uzupełniająca).....	47
2.3. Sprzedaż osobista.....	51
2.4. Public relations.....	56
2.4.1. Funkcje public relations.....	57
2.4.2. Planowanie public relations.....	59
2.4.3. Narzędzia public relations.....	60

Rozdział III.

Działalność promocyjna firm samochodowych na podatawie dealerów łódzkich w segmencie samochodów dostawczych.....

64

3.1 Opis rynku samochodowego.....	64
3.2 Rynek samochodów dostawczych.....	65
3.3. Toyota – AMX s.c. autoryzowany dealer.....	69
3.3.1 Przedstawienie samochodów dostawczych Toyoty.....	70
3.3.2 Działania promocyjne w przypadku samochodów dostawczych Toyoty.....	71
3.4. Jaszpol s.c. Koncesjoner Renault.....	74
3.4.1 Prezentacja pojazdów dostawczych firmy Renault	76
3.4.2. Działalność promocyjna w przypadku samochodów dostawczych Renault.....	76
3.5. Duris Jedrasik autoryzowany dealer Daewoo.....	80
3.5.1. Prezentacja samochodów dostawczych Daewoo	81
3.5.2. Działalność promocyjna w przypadku samochodów dostawczych Daewoo.....	81
3.6. AP GARAGE – autoryzowany dealer Citroen, Peugeot.....	84
3.6.1. Prezentacja samochodów dostawczych Peugeot.....	85
3.6.2. Działania promocyjne w przypadku samochodów dostawczych Peugeot'a i Citroen'a.....	86

Zakończenie.....89

Bibliografia.....90

Spis tabel.....91