

Promocja sprzedaży na przykładzie biura turystycznego XYZ

Wstęp.....2

Rozdział I.

Podstawowe narzędzia promocji sprzedaży

1.1. Promocja konsumencka.....6

1.1.1. Próbki6

1.1.2. Kupony10

1.1.3. Opakowania specjalne..... 13

1.1.4. Rabaty i refundacje.....14

1.1.5. Programy nagradzania lojalności klientów.....17

1.2. Promocja handlowa18

1.3. Promocja detalisty.....22

Rozdział 2.

Analiza sytuacji rynkowej biura podróży XYZ..... 27

2.1. Charakterystyka działalności biura..... 27

2.2. Analiza nabywców28

2.3. Analiza konkurencji..... 34

2.4. Analiza pozycji firmy..... 34

2.5. Analiza SWOT..... 39

Rozdział 3.

Strategia promocji sprzedaży.....40

3.1. Uwarunkowania strategii promocji..... 40

3.2. Strategia przedsiębiorstwa turystycznego41

3.3. Ogólna koncepcja marketingu biura podróży XYZ.....	44
3.4. Instrumenty promocji sprzedaży stosowane przez biuro podróży XYZ.....	49

Podsumowanie.....53

Literatura.....54

Wyniki ankiet.....55