

ИНСТРУМЕНТЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ СБЫТА В СФЕРЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ КАК СПОСОБЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

П.Н. Кондратьев, А.А. Благовисная, А.А. Широколобова

Для организаций розничной торговли стратегия продвижения является частью комплекса маркетинга и включает в себя различные действия, направленные на привлечение новых клиентов и удержание существующих путем предоставления им выгодных предложений. Стимулирование сбыта представляет собой процесс убеждения потенциального покупателя приобрести товар. Как правило, оно предназначено чаще всего для использования в качестве краткосрочной тактики для роста продаж и реже для формирования долгосрочной лояльности клиентов. Представлена авторская классификация инструментов стимулирования сбыта, используемых в розничной торговле.

Ключевые слова: стимулирование сбыта, потребительское поведение, розница

Литература

1. Борисов А.Б. Большой экономический словарь. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Книжный мир, 2010. 860 с.
2. Константинов С.А., Константинов Н.С., Блохин В.Н. Экономика: Пособие. Горки: БГСХА, 2017. 270 с.
3. Меликян О.М. Поведение потребителей: Учебник. 5-е изд., стер. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. 278 с.
4. Российский статистический ежегодник. 2021: Статистический сборник / Росстат. М., 2021. 692 с.
5. Сколько денег тратят на питание в Европе и у нас в России. - URL: <https://finance.rambler.ru/money/41497501>
6. How paid loyalty programs can help bring consumers back to your brand // McKinsey & Company. - URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/growth-marketing-and-sales/our-insights/coping-with-the-big-switch-how-paid-loyalty-programs-can-help-bring-consumers-back-to-your-brand>