Инструментарий BTL

Наиболее часто используемые методы работы:

1. торговые конференции;
2. промо-акции;
3. выставки и ярмарки;
4. спонсорство;
5. интернет-конференции;
6. установление многоступенчатых программ стимулирования сбыта;
7. корпоративные мероприятия;
8. разработка программ лояльности

В свою очередь промо-акции можно разделить на несколько основный направлений:

1. сэмплинг (распространение образцов)
2. распространение листовок
3. подарок за покупку
4. консультирование
5. демонстрация
6. дегустации
7. HoReCa (акции по местам отдыха: рестораны, бары, дискотеки и пр.)
8. event (событийные мероприятия, такие как, например, конференция или организация промо на проходящем празднике)

По всем вопросам можно обращаться в наш BTL департамент.