Термин «**промо**» стал использоваться несколько десятилетий назад, а позже после появления такого направления в рекламе, как **BTL**, стал одним из методов стимулирования сбыта. С каждым годом популярность

промо – акций

увеличивается, это самый эффективный метод в продвижении для привлечения целевой аудитории к определенному кругу товаров, еще и относительно недорогой. Но по мере распространения

промо

, появилась и другая сложность у рекламных агентств: как сделать так, чтобы именно их

промо акция

была самой запоминающейся и креативной? Каждое агентство придумывает свои методы, так

флешмоб

стал неотъемлемой частью и все чаще используется для привлечения потенциальных клиентов.

Но давайте рассмотрим положительные стороны **промо акций** для всех участников этого движения: потенциальных клиентов, заказчиков и исполнителей, т.е. промоутеров.

У людей принимающих участие в **промо**, в качестве целевой аудитории, этот вид продвижения всегда вызывает только яркие, запоминающиеся эмоции. Самые хорошие впечатления оставляет « **подарок за покупку** », ведь это так приятно обнаружить, что, покупая повседневные вещи, мы можем совершенно бесплатно получить подарок. Акции «два по цене одного» также оставляют положительные эмоции. Сейчас стало популярным проведение акций, направленных на покупку продукта, нужно найти специальный код или несколько кодов и отправить их посредством СМС и выиграть

подарок

. Но такой метод не всегда приносит нужный отклик, связанный, прежде всего с высокой стоимостью на отправку СМС и небольшим шансом выигрыша полезных призов. Быстрее всего покупатель откликается на

промо акции

, проводимые «здесь и сейчас» и связанные с немедленным получением приза или подарка.

Дегустации и **семплинг** пользуются популярностью при презентации нового товара, покупателю всегда интересно попробовать новую продукцию прежде, чем ее купить. Описание преимуществ нового товара приносит желаемый отклик среди покупателей.

При подведении итогов положительных сторон **промо** для потенциальных клиентов, можно сказать, что **промо акция** будет пользоваться успехом, если она будет креативной, запоминающейся и не потребует от покупателей никаких дополнительных денежных вложений.

Для заказчиков **промо акции**, в первую очередь выступают эффективным методом

продвижения своего товара. В самом деле, проведение такой акции дает нужный положительный эффект практически незамедлительно. С помощью

дегустаций, семплинга

можно дать возможность аудитории оценить, распробовать товар без его покупки, дать возможность приглядеться к нему.

Распространение листовок

или листинг позволяет распространить информацию в печатном виде: скидки, открытие нового магазина/центра/фирмы, акции. Больше эффективности, если раздается не обычная листовка, а небольшой журнальчик или буклет, либо предъявление этого купона подразумевает получение бонуса или скидки. Внимание заказчики должны уделять и

промо форме

, которая также несет определенный посыл и дальнейшую узнаваемость марки.

Промоутер по внешнему виду должен выделяться из толпы, привлекая внимание не только к себе, но в первую очередь к рекламируемому товару.

Тем самым, все потраченные средства заказчика на **промо акцию** окупаются в ближайшее время, увеличивают популярность товара, его продажу среди конкурирующих марок.

Связующим звеном между заказчиком (или его продукцией) и потенциальными клиентами выступает **промоутер**, который объяснит покупателю все преимущества и достоинства рекламируемого товара.

Промоутер -

идеальная работа для студента, работа с гибким графиком, позволяющая в свободное от учебы время заработать неплохие деньги. Это одна из распространенных профессий, которая может научить человека легко и непринужденно общаться с другими людьми. Каждый, кто хочет работать

промоутером

обязательно проходит несколько тренингов, на которых подробно и четко объясняются все принципы работы и цели конкретной

промо акции

. Еще один плюс при работе

промоутером

это карьерный старт, ведь после окончания университета у

промоутера

будет не только высшее образование, но и несколько лет опыта работы. Участие в

промо - акциях

становится хорошей начальной ступенью для работы в маркетинге, рекламе, да и вообще в любой сфере, где высоко ценится культура общения, где большую роль играет дисциплина, ответственность, умение работать в команде.

Работа **промоутером** позволит освоить многие навыки, которые обязательно пригодятся в дальнейшей работе и в жизни.