

Xalqaro marketing

Xalqaro kommunikatsion vositalar

Xalqaro marketing kommunikatsiya tizimi turlari

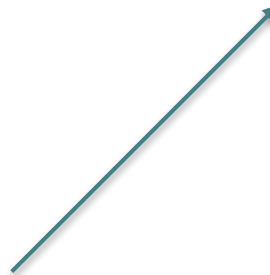
- **Reklama – bu xalqaro bozorda chet ellik xaridorlarni tovar va xizmatlar bilan tanishtirish maqsadida bu tovar va xizmatlar haqidagi axborotdir.**

Pablik
rileyshns

Dayrekt
marketing

Reklama

Seyls
promoushn



Xalqaro marketing tushunchasi va mohiyati

Ko'rgazmalarda ishtirok etish foydasi:

- ishlab chiqaruvchi va iste'molchilar o'zlari haqida ma'lum qiladilar va axborot almashadilar;
- raqobatchilar, ularning ta'minlanganligi va xulq-atvori muntazam kuzatib boriladi;
- potensial mijozlar bilan aloqa o'rnatilib, ularning fikr va mulohazalariga e'tibor qaratiladi;
- u erda ishtirok etuvchi firmalarning imidjini yaratish va ommavyilik fenomeni batafsil o'rganiladi;
- bozor tendensiyalari kuzatib boriladi;
- o'z tashrifi bilan mahalliy agentlar qo'llab-quvvatlanadi yoki yangi agenlar yollanadi.

Zamonaviy reklama jarayonining o'ziga xos xususiyatlari, funksiyalari, turlari.

Reklama beruvchining funksiyalari

- reklamaga muhtoj tovarlarni, xususan, eksport tovarlarni aniqlash;
- reklama agentligi bilan birgalikda bu tovarlarni reklama qilish darajasi va o'ziga xos xususiyatlarini aniqlash;
- reklama agentligi bilan birgalikda reklama mahsulotini yaratish va reklama tadbirlarini o'tkazish rejasini ishlab chiqish;
- reklama agentligi bilan birgalikda reklamani yaratish va reklama tadbirlarini o'tkazish byudjetini ishlab chiqish;
- agentlik bilan reklama materiallarini yaratish, reklama tarqatish vositalarida uni joylashtirish, reklama tadbirlarini o'tkazish va hokazolar bo'yicha shartnoma imzolash;
- reklama ishlarini bajaruvchiga boshlang'ich ma'lumotlar tayyorlashda yordam berish;
- mahsulot yoki xizmatning texnik va amaliy ma'lumotlarini taqdim etish;
- texnik maslahatlar, reklama materiallari, maket va originallarini tasdiqlash; bajaruvchining hisob raqamiga pul to'lash.

Reklama agentligi - mijozlarga reklama loyihalarini tuzish va amalga oshirish bo'yicha xizmatlar ko'rsatishga ixtisoslashgan firmadir

Reklama tarqatish vositalari - reklama xabarlarini
iste'molchilarga etkazib beriladigan axborot kanalidir

Iste'molchi - reklama xabarlari
yo'naltirilgan shaxsdir

Reklamani standartlashtirish qiyinchiliklari

- Mamlakat tashqarisida hech narsani anglatmaydigan personaj va simvollardan voz kechish
- Reklama xabarlarini to'g'ri tarjima qilish

Reklamani moslashtirish zaruriyati omillari

- Huquqiy
- Iqtisodiy
- Madaniy
- Milliy reklama agentligi

Xalqaro reklamani tarqatish vositalari

- TV
- Radio
- Kinoreklama
- Tashqi reklama
- Sotuv joylardagi reklama
- O'tkazuvni rag'batlantirish
- Tovarni bezashda reklama
- Tovar namoyishidagi reklama

Internetdagi reklama

Brending

**Brending - iste'molchi ongiga tovar
obrazini singdirish**

Brending quyidagilarga imkon beradi:

- sotuv hajmini oshirish hamda iste'molchilar ongida tovar obrazini yaratish;
- tovar assortimenti yordamida joriy qilinuvchi o'ziga xos xislatlar haqidagi bilimlarni kengaytirish natijasida foydalilikni oshirish;
- reklama materiallari va kompaniyalarida tovar ishlab chiqarilgan mamlakat, mintaqa va shahar madaniyatini aks ettirish;
- reklama doirasiga murojaat qilishda uchta muhim omil – tarixiy ildizlar, bugungi kungi voqelik va kelajak bashoratlaridan foydalanish.

Dayrekt marketing

Dayrekt marketing - barcha reklama vositalari va kanallaridan foydalanish