

### Значение инструментов коммуникации по отраслям

Существует мало исследований об эффективности отдельных инструментов коммуникации.

Соответствующий опыт отдельных предприятий обычно остается их "служебной тайной"

Инструмент	Сфера услуг	Производство промтоваров	Производство потреб. товаров	Торговля
Реклама, медиа-реклама (на носителях информации)	●●	●	●●	●●
Информационные мероприятия / обучение / материалы для торговой рекламы			●●*	
Беседа с клиентом о преимуществах товара	●●●	●●●	●●●*	●
Личные отношения	●●●	●●●	●●●*	
Телефонный маркетинг	●●	●●		
Рекламная рассылка писем, прямой маркетинг, рассылка рекламных проспектов, листовок	●	●	●	●●●
Материалы и акции по стимулированию сбыта	●●	●●	●●	●●
Мерчендайзинг			●●	
Ярмарки, презентации, выставки, конференции, конгрессы	●	●●	●*	
Структурирование цен / специальные предложения / торговые акции / рекламные и прочие скидки	●●	●●	●●*	●●●
Эксклюзивные предложения				●●
Дополнительные услуги (напр. парковка, спец. сервис)				●●
Гарантии, гарантийное обслуживание	●●	●●	●●	

Условная градация по шкале значимости и интенсивности воздействия

● = относительно важно    ●● = важно    ●●● = очень важно

\* Целевая группа - торговля