TEST 10

Důraz podpory prodeje v posledních letech stále roste, v zemích na západ od České republiky dokonce často:

Vyberte jednu z nabízených možností:

a. nepřevyšují náklady podpory i náklady na samotnou reklamu společnosti.

b. převyšují náklady podpory, ale nepřevyšují náklady na samotnou reklamu společnosti.

c. převyšují náklady podpory i náklady na samotnou reklamu společnosti.

Cílem podpory prodeje u festivalu je navýšení objemu prodeje vstupenek, zvýšení konverzního procenta návštěvníků festivalu, prodeje doplňkových služeb a přivedení nových návštěvníků, to vše s důrazem na kontrolu přidaným nákladů a zachování ziskovosti celé akce.

Vyberte jednu z nabízených možností:

Pravda

Nepravda

Podpora prodeje představuje:

V praxi jako zákazníci si podporu prodeje můžeme představit:

Vyberte jednu z nabízených možností:

a. jako přidanou hodnotu, kterou získáme tím, že si produkt koupíme v jakékoliv době nebo koupí vyššího množství produktu, popřípadě doplňkového sortimentu.

b. jako jakoukoli přidanou hodnotu, kterou získáme tím, že si produkt koupíme v určité vymezené době nebo koupí vyššího množství produktu, popřípadě doplňkového sortimentu.

c. jako konkrétní přidanou hodnotu, kterou získáme tím, že si produkt koupíme v určité vymezené době nebo odmítnutí vyššího množství produktu, popřípadě doplňkového sortimentu.

Jak obec může podpořit samotný prodej festivalových lístků?