

Характеристика различных скидок в торговле: преимущества, недостатки, возможности использования и примеры

№п/п	Название скидки	Суть скидки	Преимущества	Недостатки	Возможности использования (стадия жизненного цикла товара, отрасль и др.)	Пример скидки
1	Старая коллекция	Скидка на старый товар	Позволяет избавиться от старого товара, не модной одежды например и т.д.	Предприятие при таких распродажах может не получить никакой прибыли, продажа по цене закупочной	Последняя стадия ЖЦТ, товар уже не нужен, устарел, его нужно реализовать быстрее. Применять можно в различных отраслях, но в основном одежда, обувь, бытовая техника и др.	Скидка 30% на обувь прошлого сезона, скидка 50% на старые модели телефонов
2	Счастливые часы	В определенные день и время в магазине действуют большие скидки на конкретный товар или категорию	Увеличение объемов продаж	Снижение прибыли за счет скидки, не все могут знать о такой скидке и не сильно это может повлиять на продажи	Применять на различных этапах ЖЦТ, в любых отраслях (пищевая промышленность, одежда, обувь, бытовая техника и др.)	Скидка 20% в пятницу на бытовую технику с 13.00 до 14.00 час. Скидка 30% на хлебобулочные изделия за час до закрытия магазина с 19.00-20.00 час
3	Скидки отдельным категориям покупателей	Скидки для мам с детьми, владельцев мальтийских овчарок,	Увеличение объемов продаж за счет определенной категории потребителей	Снижение прибыли за счет скидки	Применять на различных этапах ЖЦТ, в любых отраслях (пищевая промышленность,	Скидка для пенсионеров на медицинские товары-25%.

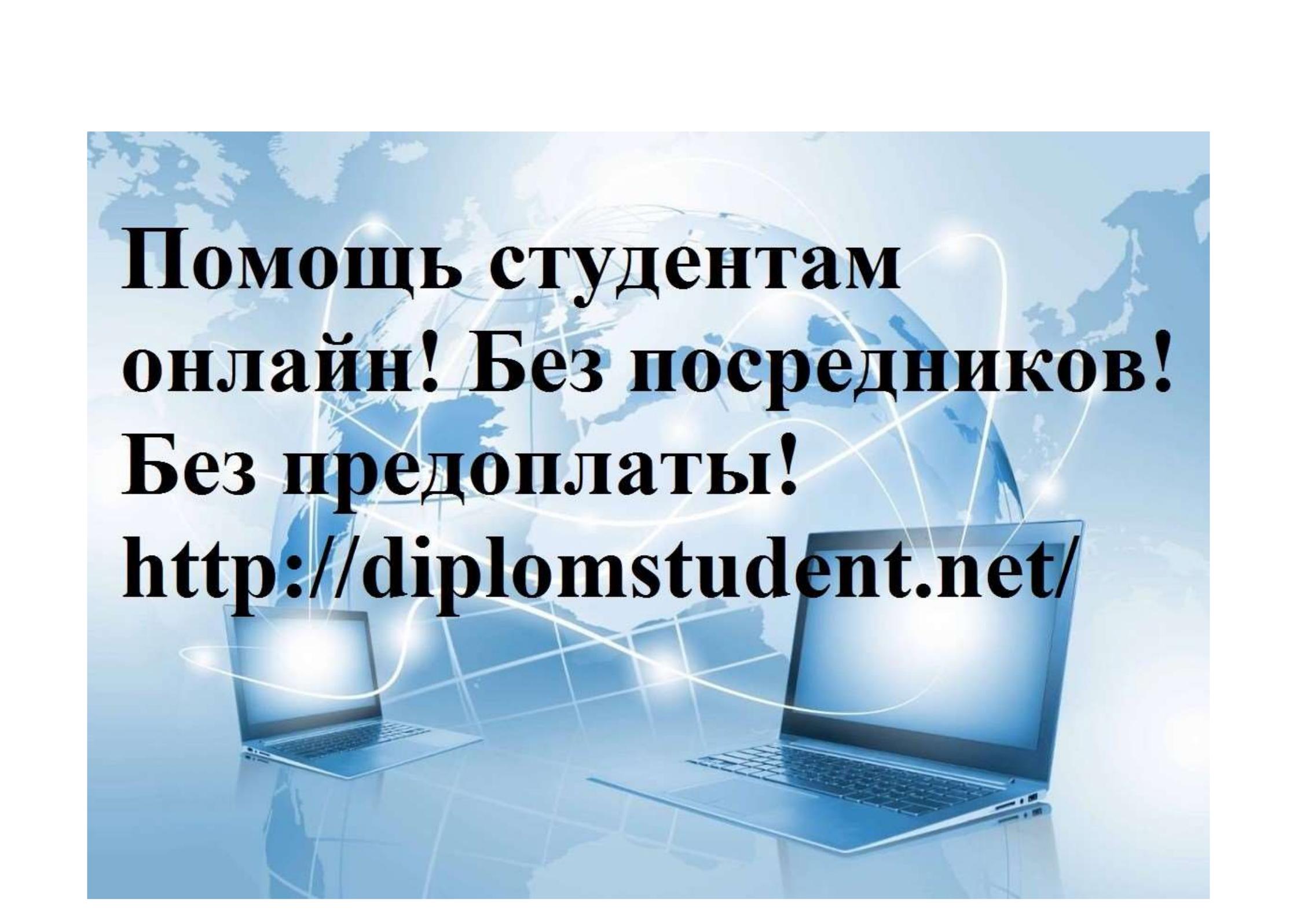
		пенсионеров и т.д.; акция для посетителей в белом или покупательниц с зелеными сумочками.			одежда, обувь, бытовая техника , медикаменты и др.)	Скидка для беременных в магазине товаров для детей-30%.
4	«Дружеские скидки»	Акция «приведи подругу и получи скидку» , скидка зависит от количества привлеченных покупателей - 5 % за одного, 10% за двух, 15% за трех и так далее. Другая разновидность подобных акций - скидки новым посетителям	Увеличение объемов продаж, стимулирование новых покупателей, привлечение большего количества потребителей.	Снижение прибыли за счет скидки; не всегда потребитель может привести 5 и более друзей, обычно 1-2, при этом скидка будет небольшая для потребителя	Применять на различных этапах ЖЦТ, в любых отраслях (пищевая промышленность, одежда, обувь, бытовая техника , медикаменты и др.)	Скидки для новых покупателей в магазине « Все для парикмахера» в размере 25%. Скидки на стрижки «Всей семьей»- (за каждого привлеченного клиента скидка 15%).
5	Персональные скидки	Магазин делает выгодные предложения конкретным покупателям.	Увеличение объемов продаж, повышение лояльности потребителей к бренду, торговой марке, магазину	Снижение прибыли за счет скидки	Применять на различных этапах ЖЦТ, в любых отраслях (пищевая промышленность, одежда, обувь, бытовая техника , медикаменты, банковская деятельность и др.)	Скидка именинникам 50% на торт или кондитерские изделия. Сбербанк дарит 100 руб. на карту именинникам

6	Предварительный заказ	Акция более характерна для онлайн-ритейла. Заказы начинают принимать, когда товара еще нет на складе. Чтобы стимулировать покупателей вносить предоплату, магазин снижает цену на предзаказ.	Увеличение объемов продаж, привлечение денежных средств в оборот и ускорение продаж	Снижение прибыли за счет скидки, существует риск, что товар может не быть доставлен на склад по каким – либо форс мажорным обстоятельствам, рост дебиторской задолженности	Применять на различных этапах ЖЦТ, в основном это интернет магазины или маркетплейсы	Компания «Озон» предлагает сделать предзаказ на товары фирмы «XXX» со скидкой 35%. Мебельный интернет-магазин предлагает сделать предзаказ на мягкую мебель со скидкой 25%.
7	Скидка за действие в интернете	Покупатель проявляет активность - ставит лайки, подписывается на группы в соцсетях или e-mail-рассылку, пишет отзывы - и получает выгодное предложение.	Акции стимулируют продажи, повышают лояльность целевой аудитории, наращивают базу подписчиков или комьюнити в социальных сетях. Увеличение объемов продаж	Снижение прибыли за счет скидки	Применять на различных этапах ЖЦТ, в любых отраслях (пищевая промышленность, одежда, обувь, бытовая техника, медикаменты, и др.)	Подпишись на нашу группу в ВК и получи скидку 10%. Оставь 5 отзывов о нашей компании в сети Интернет и получи скидку 5% за каждый отзыв

8	Скидка за объемы	Специальные предложения для тех, кто потратил в магазине определенную сумму единовременно или постепенно. В последнем случае покупателю предлагают сохранять чеки или выдают специальную карту, на которой продавец ставит отметки при каждой покупке.	Увеличение объемов продаж	Снижение прибыли за счет скидки	Применять на различных этапах ЖЦТ, в любых отраслях (пищевая промышленность, одежда, обувь, бытовая техника и др.)	При покупке бытовой химии на сумму 1500 руб.- скидка 10%. При покупке бытовой техники на сумму от 50000 руб.- скидка 15%. Клиент получает большую разовую скидку или бонусную карту. Процент по ней может увеличиваться по мере прохождения рубежей - 5% за покупки на 5000 руб., 7% - на 10 000 руб. и так далее.
9	Взаимосвязанные товары	Скидки делаются на взаимосвязанные товары	Увеличение объемов продаж. Цель мероприятия - повышение лояльности и увеличение суммы среднего чека. Также используется, чтобы сбыть неходовой товар.	Снижение прибыли за счет скидки	Применять на различных этапах ЖЦТ, в любых отраслях (пищевая промышленность, одежда, обувь, бытовая техника и др.). Обычно применяется для трудно реализуемых товаров	В магазине обуви и аксессуаров — скидка 20% на сумочку при покупке пары туфель из той же коллекции. В супермаркете — скидка 15% на орешки при покупке упаковки пива.

10	Акции по дням недели	Каждый день в магазине действует скидка на определенную категорию товаров. Для привлечения внимания аудитории придумывают креативные названия — «Фруктовый вторник» или «Мясная пятница».	Увеличение объемов продаж	Снижение прибыли за счет скидки	Применять на различных этапах ЖЦТ, в любых отраслях (пищевая промышленность, одежда, обувь, бытовая техника и др.).	Пятница- рыбный день-скидка 15% на все виды рыбных товаров! Четверг –банный день! Скидка 30% на все виды банных принадлежностей.
11	«Сейчас или никогда»	Подтолкнуть потребителя к совершению покупки. Этот прием используют онлайн-ритейлеры для борьбы с «брошенными корзинами». Посетитель ходит по страницам, выбирает товары, но до оформления заказа так и не доходит. Через некоторое время	Увеличение объемов продаж	Снижение прибыли за счет скидки	Применять на различных этапах ЖЦТ, в любых отраслях (пищевая промышленность, одежда, обувь, бытовая техника и др.) в сети Интернет (интернет-магазины, маркетплейсы)	Купи сейчас или никогда выбранный товар со скидкой 30%-сообщение на электронную почту для посетителя интернет-магазина, который добавил товары в корзину, но так и не купил их.

		на почту приходит письмо со скидкой на добавленные в корзину модели.				
12	Бесплатная доставка	Такая модель наиболее характерна для интернет-магазинов. Акцию ограничивают суммой заказа — не менее 1000-3000 руб. Многие предпочитают положить в корзину лишний и не очень нужный товар, чем выбрасывать 300-500 руб. за доставку	Увеличение объемов продаж	Компания сама оплачивает доставку	Применять на различных этапах ЖЦТ, в любых отраслях (пищевая промышленность, одежда, обувь, бытовая техника и др.) в сети Интернет (интернет-магазины, маркетплейсы)	Маркетплейс СБЕР.МАРКЕТ- купи товар на сумму от 3000руб.- доставка бесплатная Интернет-магазин украшений- при покупке на сумму от 3500 руб.- доставка бесплатная



**Помощь студентам
онлайн! Без посредников!
Без предоплаты!
<http://diplomstudent.net/>**