**Strategia promocji marki i produktu**

**Strategie promocyjne, można podzielić na dwa typy, to znaczy krótkoterminowe i długoterminowe.**

W zależności od tego, co mamy zamiar promować, ale także jaki cel, ma takie promowanie wywołać.

**Marka, czyli jakość**

Marka, markowy produkt, to coś co jest wysokiej jakości, ale poza tym, że coś zostanie dobrze wyprodukowane, jest niezawodne i cieszy się pozytywną opinią, także promocja marki ma znacznie, zwłaszcza jeśli produktów będzie więcej niż jeden, a każdy z nich posłuży do czegoś zupełnie innego.

**Krótkoterminowa strategia - produkt**

To promowanie określonego produktu, tak aby jak najszybciej trafił on do konsumentów. Co to oznacza? Chodzi głowie o to, aby jak najszybciej nastąpiła sprzedaż, bo na przykład koniunktura sprzyja, albo popyt wzrósł i jest ku temu potencjał. Warto w takich momentach chwytać okazje i sprzedawać dużo, tam gdzie to tylko jest możliwe. Ale nie można zapominać o jednym, taka krótkoterminowa strategia, także może budować wizerunek firmy, albo jakość marki, można ona więc dodatkowo stanowić jednocześnie także tą drugą, długoterminową promocją.

**Długoterminowa strategia – marka**

Jeśli chodzi o promowanie marki, na to potrzeba czasu, ale także odpowiednich środków prowadzących do celu oraz wiedzy o odbiorcach produktów. Te wszystkie dane i narzędzia są potrzebne do przekazywania odbiorcom krótkich komunikatów, które stanowią tak zwany „komunikat marki”. Niektóre z nich oferują produkty przeznaczone dla większości użytkowników, ale ich zastosowanie ma wzbudzać określone skojarzenia. Komunikat marki, tworzy więc określone okoliczności, z którymi ma się ów marka kojarzyć.

[Copywriting – Anita Zielke](https://allegro.pl/oferta/copywriting-10-tekstow-po-2000-znakow-ze-spacjami-8442873053)