

“Universidad del Sureste”

Turno matutino.

Acción promocional.

“La promoción de ventas”

Presenta:

Yadira Barrios López.

Sexto Cuatrimestre ‘U’.

Medicina Veterinaria y Zootecnia.

Catedrático:

Ing. Juan Jesús Agustín Guzmán.

Viernes 08 de mayo de 2020

Tapachula, Chiapas, México.

La acción promocional

¿Qué es?

Rama de la mercadotecnia para que las ventas reporten una mejor productividad.

Medios de comunicación masiva

Televisión, radio, prensa, etc., son elementos muy importantes para orientar al consumidor acerca de determinado producto.

Objetivos

Que son

Comunicación

Ganar la atención dando información que pueda conducir al consumidor al producto

Invitación

Agregar una invitación para comprometer al consumidor para adquirir el producto.

Incentivo

Agregar una concesión, contribución diseñada para dar un valor adicional al que tiene el producto

Tipos de compradores

Cientes leales

Personas que compran el producto siempre o casi siempre.

Cientes de la competencia.

Personas que compran un producto de la competencia siempre o casi siempre

Compradores de precio.

Personas que siempre compran la marca menos cara.

Computadores de marcas.

Personas que compran varios productos de la categoría.

Situaciones que sugieren el uso de la promoción de ventas.

Podrían ser

- Evitar Fluctuaciones en las ventas.
- Incrementar las ventas.
- Lanzamiento de nuevos productos.
- Frenar las acciones de la competencia.
- La batalla en el canal de venta.
- Conseguir nuevos clientes.
- Actuar como "Gancho".