

“Universidad del Sureste”

Turno matutino.

Acción promocional.

“Promociones corporativas.”

Presenta:

Yadira Barrios López.

Sexto Cuatrimestre ‘U’.

Medicina Veterinaria y Zootecnia.

Catedrático:

Ing. Juan Jesús Agustín Guzmán.

Domingo 17 de mayo de 2020

Tapachula, Chiapas, México.

Promociones corporativas

Promoción empresarial

¿Qué es?

Es un factor decisivo al momento de posicionar un producto o marca.

Objetivo

Crear, mantener o ampliar, la credibilidad, la admiración y el sentido de identidad hacia la empresa.

Promociones cruzadas

Se realizan asociando un producto con otro.

Desventajas

-Descontento en el consumidor.
-correr el riesgo que no se adquiera ningún producto porque al consumidor no le atraiga uno de ellos

Ventajas

-Se da a conocer ambos productos.
-Costo más bajo.
-Mayor penetración en el mercado.
-Aumento de vetas.

Variantes de representación

Tres tipos

De un solo sentido

De doble sentido

Inversa

Ferias, exposiciones y outlet

Ferias

¿qué es?

Punto de encuentro entre la oferta y la demanda de una localidad

Se debe tener en cuenta

- Local
- Fecha.
- Condiciones generales de los negocios.
- Costos.
- Ubicación

Exposiciones

No venden, solo exhiben el producto y los gastos originados por estas son inversiones a recuperar a corto plazo

Objetivos

- Contacto con los clientes potenciales.
- Enriquecimiento de la buena voluntad.
- Introducción de nuevos productos.
- Como ayudar y atraer nuevos distribuidores.

Outlet

Establecimiento que ofrece artículos de primeras marcas de la temporada anterior.

- Ventajas: Poder hacer uso de marcas a menor precio, mayor accesibilidad.
- Desventajas: No se llega al público objetivo o meta, La exclusividad se pierde.