



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

CAMPUS VILLAFLOES

LIC. MEDICINA VETERINARIA Y
ZOOTECNIA

6TO CUATRIMESTRE

MATERIA: ACCION PROMOCIONAL

CATEDRÁTICO: TANIA GABRIELA
ESTUDILLO

TEMA: TAREA 2

ALUMNA: ALEJANDRA TERESA
POSADAS ARRIAGA

1,2 ACTIVIDADES PROMOCIONALES

Actividades promocionales de productos y servicios. Concepto fines e instrumentos de la promoción, la calidad del producto es necesaria para mantener el cliente, pero, por si sola, no es suficiente para atraer nuevos compradores. Se debe dar a conocer al mercado la existencia del producto y los beneficios que reporta su uso al consumidor.

La promoción es fundamentalmente comunicación, transmisión de comunicación del vendedor al comprador, se analiza a través de distintos medios con el fin de estimular la demanda. Como instrumento de marketing, la promoción tiene tres funciones fundamentales: informar, persuadir, recordar. Tradicionalmente se consideran cuatro instrumentos de promoción:

Para la promoción y ejecución de ellas se tiene que unir objetivos de la promoción, el tipo de promoción que se requiere llevar a cabo y el incentivo de la promoción sin perder el objetivo principal de lo que se quiere lograr la satisfacción del cliente.

Se atrae al cliente con promociones y existen dos tipos que son:

Promoción abierta: en donde la abierta está dada directamente al público en el mismo establecimiento lugar y empresa almacén. Su diseño esta realizado para que el cliente no pueda decepcionarse y pueda conseguir la satisfacción.

Promoción cerrada: en la que el primero se realiza una acción y la oferta está establecida y hecha para los productos y artículos que se encuentran en establecimiento.

<http://www.elergonomista.com/marketing/prom.html>

1.2.1 OFERTAS

La oferta, en economía, es la cantidad de bienes y servicios que los oferentes están dispuestos a poner a la venta en el mercado a unos precios concretos, más concretamente, la oferta es la cantidad de bienes y servicios que diversas organizaciones, instituciones, personas o empresas están dispuestas a poner a la venta, es decir, en el mercado, en un lugar determinado y a un precio dado bien por interés del oferente o por la determinación pura de la economía. Los precios no tienen por qué ser iguales para cada tipo de productos e incluso en un mismo producto, dos oferentes diferentes pueden decidir poner un precio diferente. En cualquier sistema económico, ya sea de economía planificada o libre mercado, la oferta juega un un papel fundamental en la determinación del precio, ya que es la interacción de esta con la demanda en ese momento la que podrá trasladar al precio la cuantificación y valoración de los productos y servicios a las necesidades de los

demás demandantes. Por otra parte en ocasiones la oferta no viene dada por acciones de mercado, sino que viene impuesta por alguna institución,

<https://economipedia.com/definiciones/oferta.html>

1.2.2 PREMIOS O REGALOS

Es cualquier artículo o compensación de otro tipo, como regalos o dinero, que se otorga en agradecimiento o reconocimiento al esfuerzo realizado, aunque para algunos premios interviene la suerte y en otros se requiere habitualmente, además de la suerte, la compra de un producto, servicio, boleto o ver algún programa o anuncio de televisión, o hacer una llamada telefónica, para poder tener la oportunidad de participar en un concurso y tener, así, la posibilidad de acceso a recibirlo, el premio puede ser obtenido de manera directa por ese esfuerzo, mérito que alguien ha hecho, o luego de participar en algún tipo de concurso mediante el cual el individuo que llega más lejos lo gana y lo recibe. Además el premio puede ser también simbólico, darse en vida o luego de que la persona haya fallecido, la idea del premio surge de la noción que una o más personas o animales pueden cumplir determinada tarea y que entonces pueden recibir a cambio de esa tarea algún tipo de beneficio o reconocimiento, normalmente cuando un premio es otorgado a un animal se realiza por haber aprendido algún comportamiento particular, por responder correctamente a una orden, etc.

En el caso de los seres humanos si bien eso también puede darse como ejemplo cuando en la escuela el alumno que sigue órdenes de los maestros recibe la mejor nota, también puede darse la situación en la cual el premio es otorgado de manera exclusiva a una persona o grupo de personas por sus logros únicos innovadores y significativos.

<https://www.definicionabc.com/general/premio.php>

1.2.3 RIFAS Y SORTEOS

Una rifa es una competición en la que la gente compra boletos numerados. Las rifas son, a menudo, celebradas para reunir fondos y sufragar algún evento u obra de caridad. La celebración de una rifa implica que un grupo de gente compra uno o varios boletos que dan opción a recibir un determinado premio. Se trata de un juego de azar, en el que una copia de los números que aparecen en los boletos son introducidos en una tómbola o en otro recipiente que garantice que sean extraídas aleatoriamente. El poseedor de un boleto con un número igual a uno extraído de la

tómbola es considerado ganador y tiene derecho a reclamar su premio. Las rifas a menudo incluyen varios premios de distinto tipo y valía que se van entregando ordenadamente a medida que van apareciendo ganadores. De esta manera, el jugador no juega por un premio específico, sino por la posibilidad de obtener uno de los premios posibles. Algunos eventos donde se suelen celebrar rifas son ferias y fiestas locales, fiestas de empresas, carnavales, etc. También se pueden celebrar en un ámbito familiar.

1.2.4 MUESTRAS

Muestra es una porción de la totalidad de un fenómeno, producto o actividad que se considera representativa de la total también llamada una muestra representativa. Muestra viene de mostrar siendo que da a conocer a los interesados o públicos objetivos resultados, productos o servicios que ejemplifican o sirve como demostración de un tipo de evento, calidad o la estandarización.

En estadísticas, la muestra es una porción extraída mediante métodos específicos que representan los resultados de una totalidad llamada población usando la probabilidad como, por ejemplo, “la muestra estadística de 100 personas que se someten a una encuesta para conocer la satisfacción de un producto”.

Una muestra gratis se refiere generalmente a la entrega de un producto o servicio de forma gratuita como una forma de promoción. Mediante la muestra gratis, el consumidor puede avalar la calidad del producto o servicio y decidir si comprará o utilizará en un futuro.

Una muestra de arte es una exposición de las obras de uno o varios artistas para que el público conozca el trabajo artístico de los profesionales. La toma de muestras se usa en el ámbito de laboratorios de análisis médicos donde se toma una muestra de sangre, orina, heces entre otras cosas para que sean sometidos a análisis cuyos resultados serán interpretados por un profesional del área para determinar la salud del paciente.

Una muestra también es un modelo a seguir, por ejemplo, una muestra de un diseño que se debe imitar o copiar.