



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

CAMPUS VILLAFLOES

LIC. MEDICINA VETERINARIA Y
ZOOTECNIA

6TO CUATRIMESTRE

MATERIA: ACCION PROMOCIONAL

CATEDRÁTICO: TANIA GABRIELA
ESTUDILLO

TEMA: TAREA 4

ALUMNA: ALEJANDRA TERESA
POSADAS ARRIAGA

MUESTRAS

Es una forma de convencer al consumidor de adquirir un producto, estas pueden ser entregadas en la puerta de su casa o entregarlas en exhibidores de las tiendas, la entrega de estos productos debe de ser gratis.

Algunos de los tipos de muestras son:

Muestras demostrativas del producto: en este tipo de muestras abarca lo que es pan, chicles, refrescos, papas fritas, etc. Ya que en estas se puede dar en pequeñas cantidades.

Muestras de juguetes: en este caso puede ser productos en miniaturas de autos, muñecas, ropa o incluso calzado.

Muestras para colección: un ejemplo de ello son las botellitas de bebidas alcohólicas.

Las ventajas de las muestras es el contacto físico con el producto, muy útil para la publicidad, paralización de las ventas de competidores y algunas de las desventajas es el costo de la producción y envío de muestras ya que es un dinero q no se recuperara y a nivel psicológico puede haber una idea de que se trata de algo demasiado barato.

Operan de la siguiente manera, desde pequeñas bolsas de papel aluminio con contenidos y anuncios adheridos.

PROMOCIONES CORPORATIVAS

Al momento de posicionar la marca si la empresa ya ha identificado el grupo de clientes potenciales ya sea por promoción o lanzamiento de nuevos productos necesitara de un nuevo producto que llegue al mercado, el objetivo principal es crear, mantener o ampliar la credibilidad, la admiración.

Las promociones cruzadas son la técnica de comercialización donde muchas empresas se unen para ser más amplios en el mercado por ejemplo sixflags ya que ofrece descuentos en sus tikets de entrada al presentar la envoltura de algún producto.

Las presentaciones variantes los tipos que tenemos son las siguientes:

- De un solo sentido, esta entrega bonos.
- Doble sentido, esta entrega bonos y cupones.

- Inversa, alianza, bonos, descuentos y puntos.

Las ventajas de es que se dan a conocer muy bien los productos, el costo es más bajo, mayor penetración en el mercado y atraen y captan atención del consumidor, crean incentivos, aumentan sus ventas, aceleran el desplazamiento de su mercancía e incrementan el uso de ambos productos.

Las desventajas es que se corre el riesgo de que no sean adquiridos, pueden robarle los productos, producir un descontento al consumidor.

FERIAS, EXPOSICIONES Y OUTLET

Las ferias: en localidades, municipios, regiones, países, en las ferias se permiten conocer los productos

La ventaja es que es recuperable, las muestras producen más ventas reales, mensaje de ventas que la compañía desarrolla mediante la exhibición y la asistencia de clientes potenciales y vendedores creativos,

Las desventajas es que agregan costes al producto y disminuyen la rentabilidad de los productos que comercializan, efecto negativo de concentrar la demanda.

Para operar en las ferias se debe tomar en cuenta la fecha, costos, ubicación y condiciones generales de los negocios ya que cada las exhibiciones deben planearse cuidadosamente

Las exposiciones: no venden, solo exhiben y son inversiones recuperadas a corto plazo, el objetivo en el hecho de solo exponer es tener contacto con los clientes potenciales, formulación de listas de clientes, introducción de nuevos productos, descubrimientos de nuevas aplicaciones de productos, demostración de equipos, conocimientos de los adelantos y atraer nuevos distribuidores.

Las ventajas son el contacto directo con el cliente, visualización de los productos, exposiciones de uso, mercado más objetivo.

Las desventajas es que los precios de ingreso son elevados, se puede perder el tema y mucha inversión.

Estas operan con muchísima más planeación y muy apropiada.

Outlet: estos son establecimientos que ofrecen artículos de primeras marcas de la temporada anterior, restos de muestrario y stocks con descuentos durante todo el año, de hasta un 50%

Las ventajas del outlet es que hacen uso de ciertas marcas a menor precio, mayor accesibilidad y las desventajas es que se llega al público y la exclusividad se pierde.