



MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA
ACCIÓN PROMOCIONAL

Sexto cuatrimestre grupo A

Mayo - Agosto

MVZ. Gumeta Moreno Sarain

Alumno: José Eduardo Roblero Tovar

Actividad: Cuadro sinóptico

Comitán, Chiapas.

Acción promocional

Es un tipo de actividad el cual se logra identificar los pasos para la promoción de negocio o producto

- Promoción
- Ventas
- Publicidad
- Producción

Para generar ingresos

Promoción de Ventas

Compañías que requieren servicios

Para incluirse en el mercado laboral

- Comercio
- Mercadotecnia
- Lugares

Rama de la mercadotecnia

Que genera productividad y mejores ingresos

Esto incluye

Medios de comunicación, televisión, radio, prensa etc

Orienta al consumidor acerca del producto

Crea curiosidad al espectador y consuma.

Compra y venta del producto

Objetivos de la promoción

3 objetivos

-Comunicación

Ganar atención e información

-Incentivo

Se agrega alguna concesión, inducción o contribución diseñada para dar un valor adicional al que tiene el producto en un principio.

-Invitación

Para comprometer al consumidor a que compre en ese momento.

Principio general

Atraer a los usuarios que no suelen comprar el producto, los vendedores también adoptan las promociones por incentivos para recompensar a los usuarios de la marca por su lealtad.

Tipos de clientes

-Clientes Leales



Personas que compran el producto siempre o casi

-Clientes de la competencia



Personas que compran un producto de la competencia siempre

-Computadores de marca



Personas que compran varios productos de la categoría

-Compras de precio



Personas que siempre compran la marca menos cara