

TITULO:  
ensayo

- 
- Materia: acción promocional
  - Docente: MVZ. Sarain Gumeta Moreno
  - Licenciatura: medicina veterinaria y z.
  - Cuatrimestre: 6to A
  - Alumna: María de Lourdes Lopez Leon

Fecha de entrega: 06 de junio del 2020

INTRODUCCIÓN; Según la publicidad este tiene gran función sobre la sociedad, ya que ayuda a conocer las nuevas ofertas del mercado. También existe el mercadising directo que este es una modalidad en España y ya con el avance de la tecnología esto será una modernidad en todo el mundo. Esto ayuda de mejor manera a la sociedad ya que da avances de manera directa y con resultados medibles. Aunque existe también la publicidad testimonial que es mas efectiva al momento de hacer las compras se ve una diferencia al momento de las compras.

Desarrollo:

Publicidad; decimos que la publicidad es una rama de la mercadotecnia, está presente con fines educativos, religiosos, políticos, pero más que nada con fines de bienes y servicios. Aunque es importante antes de lanzar cualquier publicidad hay que deber hacer preguntas de acorde a cada empresa y sus necesidades, así como el fin que desean obtener los fines de la publicidad. Aquí es importante decir que la publicidad testimonial es decir que las personas actúan y compran de acorde a como ven como las otras personas.

El merchandising directo: Este se da entre una comunicación persona cuando una persona crea un perfil acorde a sus necesidades y perfil, y de aquí se evalúa para dar ofertas y necesidades de acorde al perfil. Recordemos que cada persona tiene necesidades diferentes y que cada empresa cumplirá necesidades diferentes para cada uno de los perfiles.

Dentro de los elementos básicos: hay 7 puntos básicos

Número 1 Análisis de la situación de la empresa: situación económica, que productos ofrece en que medios lo va a ofrecer.

Número 2. Ver que personas son más susceptibles a las compras.

Número 3. Conocer a la competencia y ver cuales son los fallos de esta y así poder darle al público lo que necesita

Número 4. Plantear objetivos claros y ver hacia donde se desea que marche la empresa a corto, mediano y largo plazo.

Numero 5. Es importante saber que no todas las empresas tienen la misma finalidad, así que importante que cada una de ellas sepa cuál es su propósito

Número 6. El marketing personalizado tiene que adaptarse a los cambios que exigen la sociedad,

Número 7. Ejecución Aplicar las estrategias fijadas es la mejor manera de conocer si funcionan. Evaluar los resultados es vital para saber si es necesario modificar la estrategia.

#### Conclusión:

La publicidad va más allá de lo que vemos o escuchamos, estemos conscientes que se basa para dar una información corta pero concreta de algún producto o servicio.

Cabe rescatar que tiene que cumplir con muchas leyes, normas y reglas, así como requerimientos internos de cada empresa. Entonces la publicidad es beneficiosa para todos tanto sociedad como empresas, buscando siempre una oferta y una demanda

Fuentes de información: Antología proporcionada por la Universidad del Sureste.