


TITULO:
Cuadro sinóptico

- 
- Materia: acción promocional
 - Docente: Mvz. Sarain Gumeta Moreno
 - Licenciatura: LMVZ
 - Cuatrimestre: 6to A
 - Alumna: María de Lourdes Lopez Leon

Fecha de entrega: 29 de julio del 2020

Temas del 4.5 al 4.7

Formulación de los objetivos y de la estrategia de marketing.

Participación de mercado

cuota de mercado

Beneficios y rentabilidad

Incrementar la rentabilidad media de un establecimiento comercial en un 16%.

4.6. Selección de la Estrategia de Marketing

1. Estrategia de líder.

a) Desarrollo de la demanda genérica. b) Protección de la cuota de mercado
c) Ampliación de la participación de mercado

2. Estrategia de retador.

Para ello desarrollará estrategias agresivas mediante la utilización de las mismas armas que el líder

3. Estrategia de seguidor.

es desarrollada por un competidor que tenga una cuota de mercado reducida

4. Estrategia de especialista.

se concentra en uno o varios segmentos, buscando en ellos un hueco de mercado específico en el que pueda mantener y defender

4.7. Programa de Acciones

1. Producto

• Línea y gama • Calidad • Servicios • Envase • Marca • Características

2. Precio

• Línea y gama • Calidad • Servicios • Envase • Marca • Características

3. Comunicación (promoción)

• Publicidad • Promoción de ventas • Ventas • Relaciones públicas • Patrocinio
• Ferias y exposiciones

4. Distribución.

• Canales y cobertura • Puntos de venta • Localización • Logística