


TITULO: Ensayo

- 
- **Materia: Accion promocional**
 - **Docente: Gumeta Moreno Sarain**
 - **Licenciatura: Medicina Veterinaria y Zootecnia**
 - **Cuatrimestre 6°**
 - **Nombre del alumno: Ana María Aguilar Velasco**

Objetivo: conocer para que nos sirve la publicidad y cuales son la ventajas que estas tendrán al momento de sacar al mercado algún producto y también saber que es el marketing directo y para que nos sirve como se realiza y cuáles son sus beneficios

Publicidad

La publicidad es una herramienta de la mercadotecnia muy utilizada por las empresas para poder elevar sus demandas de ventas en el mercado, para la cual se puede hacer uso de distintos medios para su alcance como lo pueden ser las plataformas digitales, televisión, perifoneo, a través de revistas o periódicos, entre otras.

De acuerdo a Russel y Lane antes de lanzar una publicidad es importante que las empresas se realicen ciertas preguntas las cuales les ayudaran a determinar cuáles son sus objetivos algunas de las preguntas que deben realizarse son: ¿Cuáles son las metas de ventas en dinero y cantidad ordenes que se quieren alcanzar? ¿A qué costo se puede llegar a estas metas? ¿A través de qué medios es más factible alcanzar estas metas? entre otras, sin embargo estas preguntas pueden cambiar según las circunstancias de cada empresa es decir según lo estas quieran lograr, hacia que esta dirigida la empresa y cuáles serán los beneficios que esperan de la empresa y de la publicidad que haga.

Para Russel y Lane la publicidad predispone al consumidor a la adquisición de un producto o servicio, sin embargo la publicidad puede también ser usada hacer que el consumidor cambie de parecer sobre un producto para que el consumidor deje de consumir el producto o servicio a esto se le conoce como descomercialización

Además de la publicidad comercial también está la publicidad social o política la cual es usada para que el público conozca a candidatos políticos o para el apoyo a causas para recaudación de fondos.

Marketing

El marketing directo es un conjunto de técnicas que facilitan el contacto directo e inmediato con posibles compradores. Cualquier medio que tenga un target identificado podrá ser considerado como un medio para marketing directo

Es considerado el medio de publicidad más usado por los españoles

En este tipo de marketing se hace uso de uno o más medios publicitarios ya que se abarca todos los medios de comunicación que tengan el objetivo de relaciones interactivas tanto del consumidor final como con la empresa. Su esencia se encuentra en la relación unipersonal

Ventajas y características del marketing directo:

Es medible: Ya que permite que se establezcan resultados cuantitativos y hacer una evaluación de su rentabilidad

Es personalizable: Permite que conozcamos información sobre nuestro público a través de bases de datos de perfiles individuales

Lleva la tienda a casa: Permite que los productos lleguen directamente a la casa del consumidor en lugar de que este tenga que presentarse a las tiendas

Fidelización: Por la comunicación interactiva con el cliente nos es más fácil llegar a conocerlo de manera más profunda, lo que nos permitirá que se le ofrezca cosas que realmente lleguen a satisfacer sus necesidades

Interactivo: Comunicando directamente al público objetivo y así obtener respuestas inmediatas

Evaluación de estrategias comerciales

Redes sociales como aliados

Elementos básicos del marketing directo

Análisis de la situación de la empresa: deberán ser desde todos los puntos posibles, conocer el entorno económico en donde desarrolla sus ventajas y estrategias, y cuáles son los medios más apropiados

Donde está el público más objetivo: se deberá realizar un estudio de los potenciales clientes

Conocer a la competencia: conocer que hace y cuáles son sus comportamientos, para así poder tener la forma de enfrentarnos, hacia la competencia anticipando cuáles serán sus próximas estrategias de ventas

Plantear objetivos: en estos estarán basadas las decisiones que se tomaran

Dividir para vencer: separar a los clientes potenciales de la empresa para conocerlos

Adaptación: ser capaz de captar la atención de un público determinado por medio del marketing digital además de conocer las plataformas digitales en los que se encuentran los diferentes grupos a los cuales se pretende llegar

Ejecución: es la aplicación de todas las estrategias fijadas para conocer su efectividad, y saber si será necesario de alguna modificación en la estrategia.

Conclusión: A través de este ensayo se da a conocer que es y para qué sirve la publicidad, además de mencionar que la publicidad no es exclusivamente para hacer que las personas se interesen por productos o servicios sino que también se usa para que esto deje de pasar es decir que las personas dejen de adquirir ciertos productos o servicios y también esta otro tipo de publicidad la que sirve para fines políticos y sociales. El marketing directo como se menciona en el ensayo es el medio de publicidad con mayor alcance y mayores ganancias ya que con este tipo de publicidad se puede conocer los intereses de los clientes de manera directa.

Fuente: Antología de Acción promocional temas 2, 2.1, 2.1.1