

TITULO

Cuadro sinóptico

- Materia: ACCION PROPORCIONAL
- Docente: Gumeta Moreno Sarain
- Licenciatura: Medicina Veterinaria y Zootecnia
- 6to cuatrimestre
- Nombre del alumno: Karla Lizbeth Cerino Orantes

Fecha de entrega: 08/05/2020

UNIDAD I

La promoción de ventas

- ☺ Requieren de campañas promocionales para permanecer en el mercado.
- ☺ Una mejor productividad.
- ☺ Medios de comunicación masiva: televisión, radio, prensa
- ☺ Los mensajes deben de crear curiosidad
- ☺ Forman una estrategia de ventas para la introducción de un producto nuevo o ya establecido.

Objetivos de la promoción de ventas.

Tres objetivos fundamentales, los cuales regulan las relaciones de intercambio entre los consumidores y los fabricantes

- ⊖ Comunicación: se gana atención y a menudo provee información que puede conducir al consumidor hacia el producto.
- ⊖ Incentivo: se agrega alguna concesión, inducción o contribución diseñada para dar un valor adicional al que tiene el producto en un principio.
- ⊖ Invitación: se incluye una invitación para comprometer al consumidor a que compre en ese momento.