


**TEMA:**

- 
- **DOCENTE: SARAIN GUMETA MORENO**
  - **NOMBRE DEL ALUMNO: ANDREA CASTRO HIDALGO**
  - **CARRERA: MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA**
  - **CUARRIMESTRE: 6to**
  - **MATERIA: ACCION PROMOCIONAL**

## ENSAYO

### ***La Publicidad***

Es comunicar a sus audiencias identificadas los objetivos de la mercadotecnia. Por lo tanto, debe entenderse como una herramienta de la mercadotecnia. El éxito de la publicidad se basa en la definición de objetivos específicos.

La publicidad, se diseña para predisponer al consumidor para que compre un producto o un servicio. Puede usarse para incitarlo a cambiar de parecer o incluso para propiciar un menor consumo, fenómeno que recibe el nombre de descomercialización

La publicidad en el ámbito social y político puede contribuir a la elección de un candidato, apoyar una causa o recaudar fondos. La publicidad beneficia tanto a consumidores como a productores. Los primeros se benefician al obtener información útil acerca de los productos y servicios que las diferentes compañías ofrecen; los segundos porque les atrae clientes e incrementa sus utilidades.

El valor comercial de la publicidad como factor de influencia se basa no sólo en dar a conocer las características y cualidades de determinado producto o servicio, sino en que este conocimiento sea compartido por otros.

## ***Marketing Directo***

el marketing directo es una realidad que se ha consolidado en nuestro país con un fuerte ritmo de crecimiento, se presenta como la mejor alternativa para rentabilizar las inversiones publicitarias, debido, en gran parte, a las transformaciones experimentadas en los medios de comunicación. si se mejora la calidad de servicio y atención, seguirá teniendo un futuro prometedor ya que mantiene un contacto directo con el cliente y proporciona información, servicios personales, productos, etc., a las empresas.

El marketing directo es tratado en un capítulo independiente debido a su importancia, tanto a nivel cualitativo como cuantitativo, ¿qué es el marketing directo? Se puede definir como el conjunto de técnicas que facilitan el contacto inmediato y directo con el posible comprador, especialmente caracterizado

- ✚ social,
- ✚ económica,
- ✚ geográfica,
- ✚ profesionalmente,
- ✚ etc.

a fin de promover un producto, servicio, idea empleando para ello medios o sistemas de contacto directo.

El marketing directo es una forma de hacer marketing, es un sistema interactivo que utiliza uno o más medios publicitarios para conseguir una determinada transacción económica, que es susceptible de medición.

## ***Elementos Básicos.***

- ✚ Análisis de la situación de la empresa.

Debe conocerse el entorno económico de la misma, dónde desarrolla sus ventas y sus estrategias.

- ✚ Dónde está el público objetivo.

Debe realizarse un estudio de los potenciales clientes, qué personas son las más susceptibles de realizar una compra y en que ámbitos suelen moverse.

- ✚ Conocer a la competencia

conocer sus intenciones y sus comportamientos, para así tener toda la información de los rivales

- ✚ Plantear objetivos

Fijar unos objetivos claros y específicos es el primer paso hacia el éxito en la estrategia a realizar

- ✚ Dividir para vencer

La efectividad de un plan de marketing muchas veces se basa en la segmentación de sus acciones, en función de los posibles focos de acción sobre los que actuar.

- ✚ Adaptación

Publicidad enfocada a los perfiles característicos de cada persona es algo que nunca debe perderse de vista en el plan de marketing.

