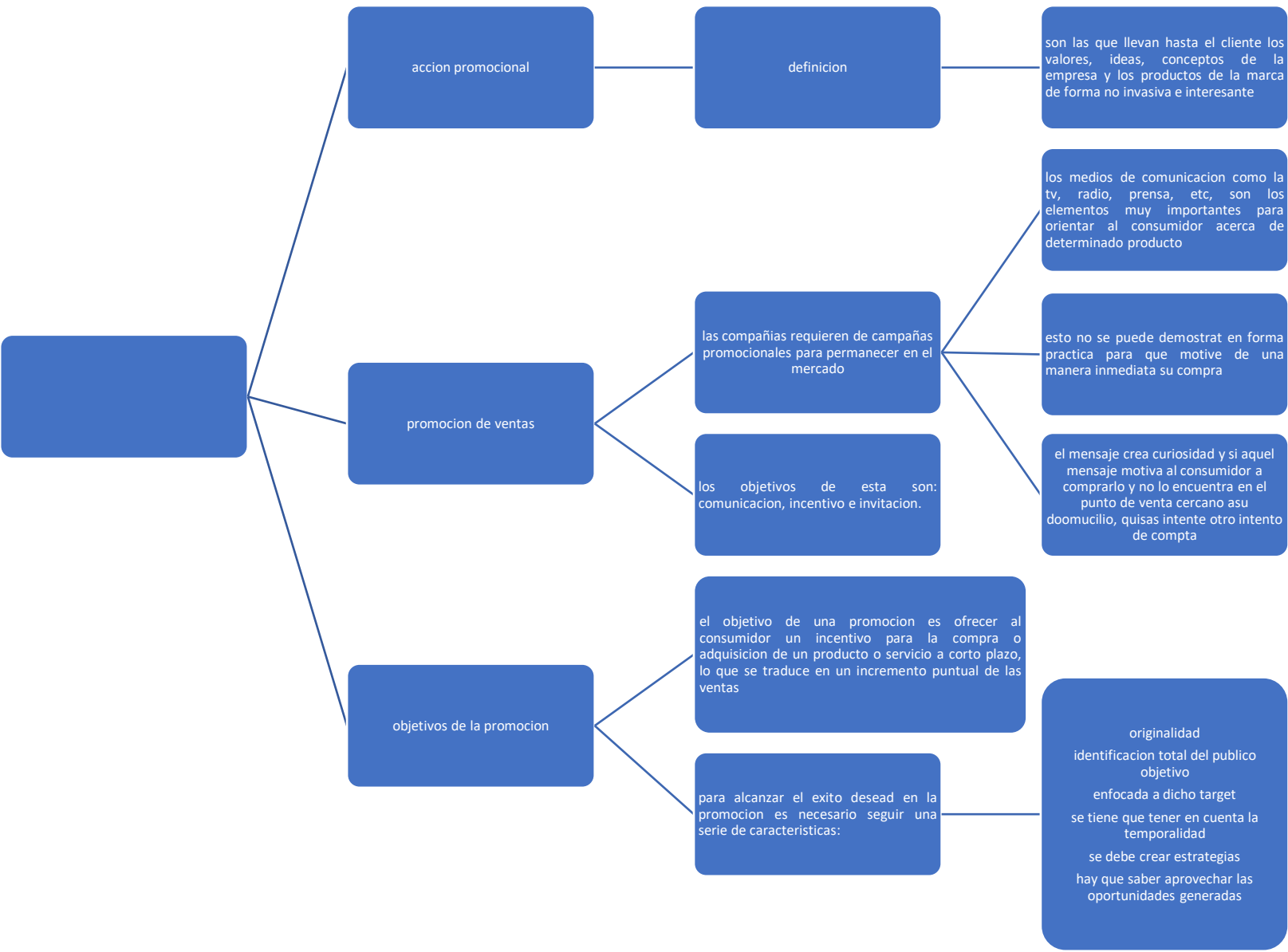


CUADRO SINOPTICO

- 
- **NOMBRE DEL ALUMNO:** MORENO ALFARO ANGEL ANTONIO
 - **CARRERA:** MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA
 - **CUATRIMESTRES:** SEXTO
 - **MATERIA:** ACCION PROMOCIONAL
 - **MAESTRO:** GUMETA MORENO SARAI



accion promocional

definicion

son las que llevan hasta el cliente los valores, ideas, conceptos de la empresa y los productos de la marca de forma no invasiva e interesante

promocion de ventas

las compañías requieren de campañas promocionales para permanecer en el mercado

los objetivos de esta son: comunicacion, incentivo e invitacion.

los medios de comunicacion como la tv, radio, prensa, etc, son los elementos muy importantes para orientar al consumidor acerca de determinado producto

esto no se puede demostrar en forma practica para que motive de una manera inmediata su compra

el mensaje crea curiosidad y si aquel mensaje motiva al consumidor a comprarlo y no lo encuentra en el punto de venta cercano a su domicilio, quizás intente otro intento de compra

objetivos de la promocion

el objetivo de una promocion es ofrecer al consumidor un incentivo para la compra o adquisicion de un producto o servicio a corto plazo, lo que se traduce en un incremento puntual de las ventas

para alcanzar el exito deseado en la promocion es necesario seguir una serie de caracteristicas:

originalidad
identificacion total del publico objetivo
enfocada a dicho target
se tiene que tener en cuenta la temporalidad
se debe crear estrategias
hay que saber aprovechar las oportunidades generadas