


TEMA:

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

[Empty box]



El mailing

Es

es la publicidad directo que envían las empresas a los contactos que tienen en su base de datos.

Es importante saber que

no es lo mismo el mailing masivo que el email-marketing

El Telemarketing

Es

una comunicación personal con tu público objetivo a través del medio telefónico que ofrece múltiples ventajas para incrementar las ventas de tu negocio.

se utiliza

para apoyar la comunicación iniciada con campañas por correo ordinario o con la difusión de anuncios en medios convencionales de comunicación masiva.

Ventajas del Marketing Telefónico

Rapidez, Interactividad, Complemento o sustituto eficiente de la visita de ventas, Flexibilidad, Oportunidad de ventas adicionales, Servicio al cliente, Obtención de información.

Implicaciones económicas de la publicidad

Son

Incremento de la demanda de productos, Incremento del PIB, Disminución de precios de mercado.

Publicidad y Política Económica

Se considera como

La publicidad estimula el crecimiento del consumo, acelera la difusión de la innovación, promueve la competencia y, a su vez, el dinamismo inherente en el sector de la publicidad impulsa el índice del crecimiento promedio del PIB.

Estos son

Consumo, Innovación, Competencia, Efecto del impulso sectorial,