



PASIÓN POR EDUCAR

**Nombre de alumno: Francisco Jiménez
López**

Nombre del profesor: Sarai Gumeta

Nombre del trabajo: ensayo

Materia: acción promocional

Grado: 6to Cuatrimestre

Grupo: "B"

Introducción

En esto veremos como podremos definir la publicidad como una forma cuyo objetivo fundamental es dar información al público sobre la existencia de bienes o servicios a través de los varios medios de comunicación pero aunque esto es cierto, no es algo muy exacta para el fin que queremos como también de Marketing en este tema lo veremos.

La Publicidad

Estrategias con las que una empresa da a conocer sus productos a la sociedad.

La publicidad utiliza como principal herramienta los medios de comunicación, estos son tan diversos y tienen tanta expansión e impacto en el público en general que son fundamentales para el comercio en general por eso el éxito de la publicidad se basa en la definición de objetivos específicos. Dichos objetivos, antes de trazarse, deben resolver algunas cuestiones mercadotécnicas que tienen el potencial de convertirse en obstáculos de la propia publicidad. Es decir, al aclarar algunas cuestiones previas referidas a la mercadotecnia, será más fácil enunciar los objetivos que se pretenden alcanzar mediante el uso de la publicidad. Según Russel y Lane la publicidad en el ámbito social y político puede contribuir a la elección de un candidato, apoyar una causa o recaudar fondos. Es claro, sin embargo, que la publicidad se destina principalmente a la mercadotecnia de bienes y servicios.

Marketing Directo

Es el método mediante el cual se ofrecen al cliente productos o servicios de forma personalizada y, claro, directa. Estos métodos pueden incluir catálogos, folletos informativos, correos personalizados, comunicación desde el punto de venta y correo electrónico. La idea es lograr llegar a los consumidores lo más rápido posible en orden de conseguir ventas, feedback o tráfico. La definición ha ido evolucionando conforme el paso del tiempo también esto fue nacido hace 50 años que es marketing directo es el medio publicitario en el que más invierten las empresas españolas, ya que se presenta como la mejor alternativa para rentabilizar las inversiones publicitarias, debido, en gran parte, a las transformaciones experimentadas en los medios de comunicación. Durante el año 2013 la inversión total en marketing directo fue de 3.701,6 millones de euros, lo que representa un 62 % sobre el total invertido en medios no convencionales. En la actualidad, 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. También viene las medidas y características de marketing directo frente a los sistemas tradicionales de promoción y venta que son medible, Es personalizable, Ayuda a crear bases de datos, Lleva la (tienda) a casa,

Fidelización, Es interactivo, Posibilidad de evaluar las estrategias comerciales y Cuenta con las redes sociales como perfectas aliadas.

Elementos Básicos.

Esto de marketing se puede decir que los puntos imprescindibles que todo plan de marketing debe contemplar son las siguientes

Análisis de la situación de la empresa se debe conocerse el entorno económico de la misma, dónde desarrolla sus ventas y sus estrategias, qué medios son los más apropiados para el producto o servicio que ofrece.

Dónde está el público objetivo se debe de Conocer en qué tipos de redes sociales suelen invertir su tiempo los potenciales clientes de una determinada empresa es vital para conocer el escenario en el que se debe actuar con el plan de marketing

Conocer a la competencia la cual se debe conocer sus intenciones y sus comportamientos, para así tener toda la información de los rivales a los que se debe enfrentar.

Plantear objetivos se debe la fijar unos objetivos claros y específicos es el primer paso hacia el éxito en la estrategia a realizar.

Dividir para vencer es la manera de conseguir mejores resultados. 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 cuando marketing digital es una potente herramienta para darse a conocer, pero se debe utilizar de forma sabia para poder sacar el máximo partido. Publicidad enfocada a los perfiles característicos de cada persona es algo que nunca debe perderse de vista en el plan de marketing

Ejecución es cuando uno valuar los resultados es vital para saber si es necesario modificar la estrategia.

Conclusión

Es que la publicidad tiene un fin principal que es aumentar el conocimiento de los productos o servicios que fabrica o presta una empresa, que podemos medir con las publicidades eso también es la publicidad es informar, persuadir y motivar al comprador a través de una comunicación en anuncios de internet u otros medios para darles a conocer el producto de venta o servicio que realiza una persona para poder tener gran cantidad de clientes y tener grandes ingresos por la ayuda de la publicidad esto fue lo que nos dio a entender este tema.

Referencia: Russel y Lane

Fuente: antología de acción promocional