



**Nombre de alumno: Fernando Gpe. Rojas Ortiz**

**Nombre del profesor: Mvz. Sarain Gumeta Moreno**

**Nombre del trabajo: Cuadro Sinóptico**

**Materia: Acción promocional.**

**Grado: 6to Cuatrimestre**

**Grupo: B**

Comitán de Domínguez Chiapas a 8 de mayo de 2020.

# ACCION PROMOCIONAL

concepto

Las acciones **promocionales** en los puntos de venta son aquellas acciones que se ejecutan de forma planificada en los locales comerciales para promocionar una oferta especial, un nuevo producto o un producto que quiera ser vendido con gran rapidez

promocion de ventas

rama de la mercadotecnia sumamente importante e indispensable para que las ventas reporten una mejor productividad

elementos

television

radio

prensa. etc

objetivos de la promocion de ventas

objetivos fundamentales

comunicacion

se gana la atencion y se provee informacion

incentivo:

se le agrega una contribucion

invitacion

se incluye alguna invitacion para que el consumidor a que compre en ese momento

situaciones que sugieren el uso de la promocion de ventas

evitar la flutuaciones en las ventas

suavizar las estacionalidades a que estan sujetos determinados productos animando su venta en los periodos de menor demanda

incrementar las vetnas

al desarrollarse en un periodo limitado de tiempo, calcular el incremento en las ventas

lanzamiento de nuevos productos

durante el lanzamiento se busca que prueben el nuevo producto el mayor numero de consumidores posibles

frenar las acciones de la competencia

una buena promocion puede ser una buena estrategia para frenar, en gran medida, estos efectos

la batalla en el canal venta

la promocion sirve muchas veces para decantarle hacia un producto o hacia otros

conseguir nuevos clientes

se diseña una promocion para algunos segmentos como: jovenes,tercera edad, profesionales, urbanos, etc.

actuar como gancho

conseguri que el consumidor adquieran mas cantidad del producto.