



**Nombre de alumno: Oscar Edenilson
Hernández Sánchez**

Nombre del profesor: Saraín Gumeta

Nombre del trabajo: Ensayo

Materia: Acción Promocional

PASIÓN POR EDUCAR

Grado: 6to Cuatrimestre

Grupo: “B” MVZ

Comitán de Domínguez Chiapas a 04 de junio de 2020.

INTRODUCCION

El trabajo que a continuación se le presenta trata sobre los siguientes temas; la publicidad, el merchandising directo y los elementos básicos, cada tema será detallado con conceptos más importantes.

LA PUBLICIDAD

Es la principal función que toda acción publicitaria debe tener es la de 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.

Por ejemplo,

- ✚ ¿cuáles son las metas de ventas en dinero y cantidad de órdenes que se quieren alcanzar?
- ✚ ¿A qué costos se puede llegar a estas metas?
- ✚ ¿A través de qué medios es más factible alcanzar las metas?
- ✚ ¿Hasta qué punto los resultados anuales pueden predecir los resultados del año entrante?
- ✚ ¿Cuáles son las estrategias de venta?

La publicidad se diseña para predisponer al consumidor para que compre un producto o un servicio.

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 MERCHANDISING DIRECTO

Es el medio publicitario en el que más invierten las empresas, 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.

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

Las características y ventajas del marketing directo frente a los sistemas tradicionales de promoción y venta son:

- ✓ Es medible. Sus resultados y su eficacia se pueden medir. La respuesta que se obtiene de forma directa e inmediata permite establecer resultados cuantitativos y evaluar la rentabilidad de la acción.
- ✓ Es personalizable. Es una técnica que facilita la toma de contacto de forma directa e inmediata con nuestro target, esto es, permite conocer diferentes informaciones sobre

- ✓ nuestro público objetivo a través de las bases de datos, identificándolo en términos de perfil individual, ofreciéndonos, por tanto, una gran personalización.
- ✓ Ayuda a crear bases de datos. Independientemente de que en un momento determinado se compren, las empresas han de tender a crear sus propias bases de datos.
- ✓ Lleva la «tienda» a casa. Modificando el papel y las características de la distribución.
- ✓ Es interactivo. Comunica de forma directa el mensaje a su público objetivo, obteniendo de él una respuesta inmediata y pudiéndole responder de la misma forma, e-mail marketing.
- ✓ Cuenta con las redes sociales como perfectas aliadas.

ELEMENTOS BASICOS

los puntos imprescindibles que todo plan de marketing debe contemplar son:

1. Análisis de la situación de la empresa: analizar la situación de la empresa desde todos los puntos posibles, qué medios son los más apropiados para el producto o servicio que ofrece, etc.
2. 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.
3. Conocer a la competencia: Es muy importante saber cómo actúa la competencia, qué suele hacer, conocer sus intenciones y sus comportamientos para enfrentar a los rivales.
4. Plantear objetivos: tener claro los objetivos para dar pasos firmes y certeros.
5. 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.
6. Adaptación: El marketing digital es una potente herramienta para darse a conocer, pero se debe utilizar de forma sabia para poder sacar el máximo partido.
7. Ejecución: Aplicar las estrategias fijadas es la mejor manera de conocer si funcionan. Evaluar los resultados es vital para saber si es necesario modificar la estrategia.

CONCLUSION

- ✚ Aprendí que la publicidad es muy importante para las empresas, ya que podemos tener más beneficios haciendo que el consumidor nos compre producto.
- ✚ el merchandising directo me dio a conocer estrategias para poder ser un emprendedor y tener una empresa capaz de competir.
- ✚ Medio a conocer herramientas de marketing para poder utilizar bien la tecnología y tener buenos ingresos y atraer los clientes.