

Tema: ENSAYO



- Nombre del docente: MVZ. Gumeta Moreno Sarain
- Nombre del alumno: Osvaldo Morales Morales
- CARRERA: Medicina Veterinaria y Zootecnia
- CUATRIMESTRES: 6to Cuatrimestre
- MATERIA: Acción promocional
- FECHA: 4 de Junio del 2020
- Grupo: "B"

COMITÁN DE DOMINGUEZ CHIAPAS, A JUNIO DEL 2020

Introducción:

En esta unidad veremos tres temas que son. La Publicidad, Marketing Directo, Elementos Básicos. Son temas muy importantes ya que nos ayudaran en el campo laboral, como podemos ver La publicidad ocupa un lugar importante en las empresas. Podemos saber cómo poder promocionar un producto o servicio, el marketing Se puede definir como el conjunto de técnicas que facilitan el contacto inmediato y directo con el posible comprador, con marketing es necesario tener ciertos conocimientos

La Publicidad

Ocupa un lugar importante tanto para empresas como para consumidores en una economía de mercado, La principal función que toda acción publicitaria debe tener es la de comunicar a sus audiencias y los objetivos de la mercadotecnia

La publicidad, según Russel y Lane (1994) se diseña para predisponer al consumidor para que pueda comprar un producto o un servicio. También se Puede usar para incitarlo a cambiar de parecer o incluso para propiciar un menor consumo. La publicidad en el ámbito social y político puede contribuir a la elección de un candidato, la publicidad se destina principalmente a la mercadotecnia de bienes y servicios

Las organizaciones o empresas mercantiles son las que más utilizan publicidad, los tipos de organizaciones que requieren de ellas y emprenden esfuerzos por incorporarla a sus actividades. Eje. Las organizaciones gubernamentales, las iglesias, las universidades,

La publicidad beneficia tanto a consumidores como a productores.

-porque Los primeros: se benefician al obtener información útil acerca de los productos y servicios que las compañías ofrecen

-los segundos: porque les atrae clientes e incrementa sus utilidades

Los valores comerciales de la publicidad como factor de influencia se basan no sólo en dar a conocer las características y cualidades de determinado producto o servicio, sino en que este conocimiento sea compartido por otros productores

Marketing Directo

Es una realidad que se ha consolidado en nuestro país. el medio publicitario es el que más invierten las empresas españolas, se presenta la mejor alternativa para rentabilizar las inversiones publicitarias, 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. ¿Qué es el marketing directo? Es el conjunto de técnicas que facilitan el contacto inmediato y directo con el posible comprador, especialmente caracterizado (social,

económica, geográfica, profesionalmente) 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:

- ✓ Es medible.
- ✓ Es personalizable.
- ✓ Ayuda a crear bases de datos.
- ✓ Lleva la «tienda» a casa.
- ✓ Fidelización.
- ✓ Es interactivo.
- ✓ Posibilidad de evaluar las estrategias comerciales.

Elementos Básicos

Es necesario tener conocimientos sobre conceptos relacionados con las empresas y su funcionamiento. Los puntos imprescindibles que todo plan de marketing debe contemplar son.

- Análisis de la situación de la empresa.

Se debe realizar una estrategia de marketing, analizar la situación de la empresa desde todos los puntos posibles. Conocer el entorno económico, qué medios son los apropiados para el producto o servicio que ofrece.

- ✓ Dónde está el público objetivo.

Realizar un estudio de los potenciales clientes, y qué personas son las más susceptibles de realizar una compra y en qué ámbitos suelen moverse. Conocer 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

Saber cómo actúa la competencia, qué hacer, conocer sus intenciones, para tener información de los rivales a los que se debe enfrentar.

- ❖ Plantear objetivos

En estos objetivos se basarán los diferentes pasos a dar en cada momento. Fijar unos objetivos claros y específicos es el primer paso hacia el éxito en la estrategia a realizar.

- Dividir para vencer

Es imprescindible segmentar los diferentes potenciales clientes con los que cuenta una empresa. No todos son iguales, no todos tienen las mismas aficiones o costumbres. La efectividad de un plan de marketing muchas veces se basa en la segmentación de sus acciones

➤ Adaptación

Todos tenemos acceso a casi todo. Internet está al servicio de todos, por lo que cualquier estrategia de marketing digital exitosa debe ser una que sea capaz de captar la atención de un determinado público, El marketing digital es una potente herramienta para darse a conocer.

✓ 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.

Conclusión:

Como bien ya sabemos en esta unidad vimos lo que son tres temas. La Publicidad, Marketing Directo, Elementos Básicos, Los valores comerciales de la publicidad como vemos el factor de influencia se basan en dar a conocer las características y cualidades determinado de un producto o servicio, sino en que este conocimiento sea compartido por otros productores. El sistema de marketing utiliza uno o más medios publicitarios para conseguir una determinada transacción económica, permite conocer diferentes informaciones sobre nuestro público