



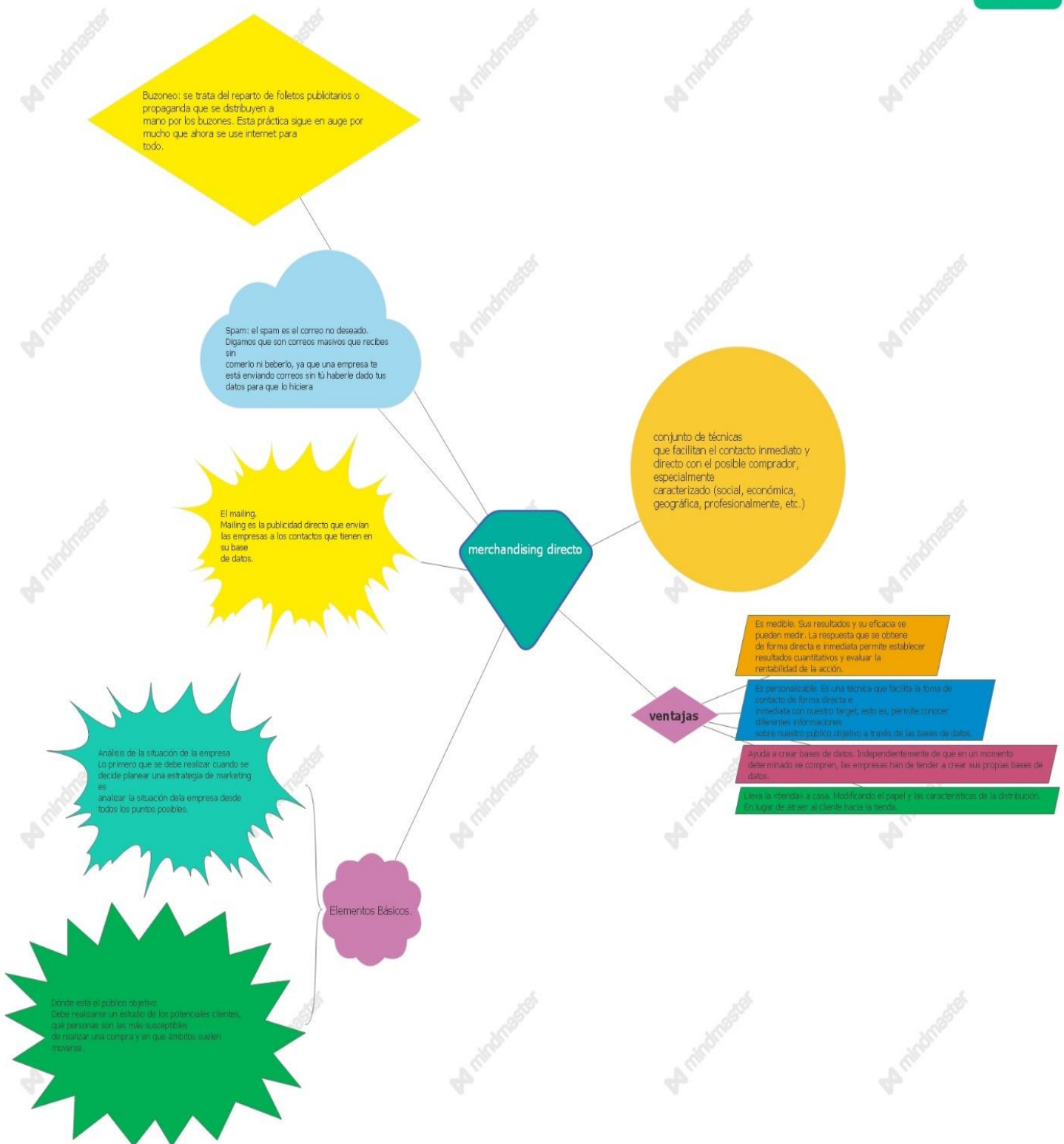
Nombre De Alumno: Maximiliano
Carpio Aguilar

Nombre Del Trabajo: supernota

Licenciatura: Turismo

Materia: acción promocional

Comitan de Domínguez a 16 de junio de
2020



Buzoneo: se trata del reparto de folletos publicitarios o propaganda que se distribuyen a mano por los buzones. Esta práctica sigue en auge por mucho que ahora se use internet para todo.

Spam: el spam es el correo no deseado. Digamos que son correos masivos que recibes sin quererlo ni haberlo, ya que una empresa te está enviando correos sin tu haberle dado tus datos para que lo hiciera

El mailing. Mailing es la publicidad directa que envían las empresas a los contactos que tienen en su base de datos.

merchandising directo

conjunto de técnicas que facilitan el contacto inmediato y directo con el posible comprador, especialmente caracterizado (social, económica, geográfica, profesionalmente, etc.)

Análisis de la situación de la empresa. Lo primero que se debe realizar, cuando se decide planear una estrategia de marketing es analizar la situación de la empresa desde todos los puntos posibles.

Dónde está el público objetivo. Debe realizarse un estudio de los potenciales clientes, que personas son las más susceptibles de realizar una compra y en que ámbitos suenan mejor.

Elementos Básicos

ventajas

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 forma 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.

Ayuda a crear bases de datos. Independientemente de que en un momento determinado se compran, las empresas han de tender a crear sus propias bases de datos.

Lleva la tienda a casa. Iluminando el papel y las características de la distribución. En lugar de ir al cliente hacia la tienda.