



**Nombre de alumno: Paulina
Cárdenas Guillén**

**Nombre del profesor: Karina
Pérez G**

Nombre del trabajo: super nota

PASIÓN POR EDUCAR

Materia:

Accion promocional

Grupo: Turismo

LAS ACTIVIDADES PROMOCIONALES

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.

OBJETIVOS: Una vez que ya conoces la definición de promoción y las herramientas que puedes utilizar para tu estrategia, debes de tener en cuenta que tu objetivo es:

1. Aumentar tus ventas.
2. Atraer clientes.
3. Recuperar cartera.
4. Reconocimiento del producto.
5. Mejorar la identidad de la marca.

TIPOS DE PROMOCIÓN:

- 1) Promociones de precio.
- 2) Promociones de regalos.
- 3) Promociones personales.
- 4) Cupones.

OFERTAS:

Una oferta consiste en ofrecer un determinado producto o servicio con unas condiciones especiales. En la mayoría de ocasiones, estas condiciones especiales se refieren a modificaciones en el precio original.

Muchas marcas optan por las ofertas para conseguir un número mayor de ventas y beneficios para su empresa, además de mejorar la imagen que los consumidores tienen de ella. Estas estrategias consiguen atraer a nuevos clientes y fidelizar a los que ya tienen.

Son varios los tipos de ofertas utilizados en publicidad, estos son algunos de ellos:

Oferta a caballo, consiste en ofrecer un producto en unas determinadas condiciones especiales, al comprar otro.

Oferta conjunta, aquella que oferta dos o más productos unidos.

Oferta de lanzamiento, como su propio nombre indica, consiste en ofertar un producto en el periodo en el que sale a la venta por primera vez.

Oferta de precio, el producto o servicio se ofrece con una rebaja del precio, sin ninguna justificación concreta.

Oferta de regalo, con esta oferta los consumidores obtienen un regalo, normalmente material, por la compra de un producto o servicio. Suele ser la que más consumidores atraen, aunque el nivel de fidelización no es alto, debido a que solamente obtienen el producto por el regalo. Una vez finalizada, muchos no vuelven a comprarlo.

Oferta estacional, nos ofrece un determinado producto o servicio en una época concreta del año. Es el caso, por ejemplo, de las ofertas que podemos encontrar en verano o en navidad.

Oferta limitada, puede ser la oferta de un producto o servicio hasta fin de existencias del mismo, o por un periodo de tiempo muy corto.

Los premios son artículos promocionales pequeños como: juguetes, juegos, tarjetas comerciales, coleccionables y otros pequeños artículos de valor nominal y que se encuentran en los paquetes de productos al por menor de marca que se incluyen en el precio del producto con la intención de aumentar las ventas.