

La Publicidad.

ACCIÓN PROMOCIONAL

ICEL BERNARDO LEPE ARRIAGA

PRESENTA EL ALUMNO:

JOSÉ ALBERTO HERRERA VAZQUEZ

GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:

6to Cuatrimestre “D” LAE Semiescolarizado

Frontera Comalapa, Chiapas

03/Julio/2020

La Publicidad.

ES

La publicidad ocupa un lugar importante tanto para empresas como para consumidores en una economía de mercado

SE DIVIDE EN

El Merchandising Directo.

Elementos básicos.

El mailing.

El Telemarketing

Implicaciones económicas de la publicidad.

Publicidad Política y Económica.

Las características económicas del producto publicitario

Los efectos de la publicidad sobre la demanda de la empresa.

ES

ES

ES

ES

ES

ES

ES

ES

el marketing directo es una realidad que se ha consolidado en nuestro país con un fuerte ritmo de crecimiento.

Para poder trazar un plan de marketing que resulte efectivo es necesario tener ciertos conocimientos sobre conceptos relacionados con las empresas y su funcionamiento.

Es la publicidad directo que envían las empresas a los contactos que tienen en su base de datos.

Es una comunicación personal con tu público objetivo a través del medio telefónico que ofrece múltiples ventajas para incrementar las ventas de tu negocio.

- Incremento de la demanda de productos
- Incremento del PIB
- Mayor inversión nacional y extranjera en condiciones de libre competencia
- Disminución de precios de mercado

Aun cuando la publicidad representa, para las empresas, una inversión de gran importancia, paradójicamente, muy poco se conoce sobre su rol económico de mayor alcance.

La publicidad es una forma de comunicación impersonal de largo alcance porque utiliza medios masivos de comunicación, como la televisión, la radio, los medios impresos, internet, etc., y cuyas características que la distinguen de los otros elementos del mix de promoción, son las siguientes

La publicidad no manipula, ni tampoco obliga, simplemente persuade, y en algunos casos la publicidad con sus diferentes estrategias muchas veces llega a convencer al público a consumir un determinado producto

SE DIVIDE EN

SE DIVIDE EN

Análisis de la situación de la empresa

Dónde está el público objetivo

Conocer a la competencia

Plantear objetivos

Dividir para vencer

Adaptación

Ejecución

ES

ES

ES

ES

ES

ES

ES

Debe conocerse el entorno económico de la empresa, dónde desarrolla sus ventas y sus estrategias.

Debe realizarse un estudio de los potenciales clientes, qué personas son las más susceptible de realizar una compra y en que ámbitos suelen moverse

Es muy importante saber cómo actúa la competencia, qué suele hacer, conocer sus intenciones y sus comportamientos

Fijar unos objetivos claros y específicos es el primer paso hacia el éxito en la estrategia a realizar.

Es imprescindible segmentar los diferentes potenciales clientes con los que cuenta una empresa

cualquier estrategia de marketing digital exitosa debe ser una que sea capaz de captar la atención de un determinado público, por lo que debe ser lo más personalizada posible.

Aplicar las estrategias fijadas es la mejor manera de conocer si funcionan

La publicidad necesita de un patrocinador.

La publicidad tiene un costo

La publicidad tiene un público objetivo

La publicidad tiene objetivos que cumplir

La publicidad utiliza medios masivos de comunicación

Es decir, alguien interesado en informar, recordar o persuadir a un público objetivo, acerca de sus productos.

El cual, varía de acuerdo al tipo de medio de comunicación que se va a emplear.

la publicidad se caracteriza por utilizar medios de comunicación masivos, también va dirigida hacia un segmento en particular

los objetivos de la publicidad son similares a los objetivos de la promoción,

- SON
- Informar
 - Recordar
 - Persuadir

Dependiendo del público objetivo al que se quiera llegar y de los recursos disponibles, la publicidad hace uso de la televisión, la radio, los medios impresos