



Crea tu mejor historia
EMPRENDAMOS JUNTOS

MAPA CONCEPTUAL
ACCION PROMOCIONAL
LEPE ARRIAGA ICEL BERNARDO

PRESENTA EL ALUMNO:

YOSUANY SANTIZO RAMIREZ

GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:

6 CUATRIMESTRE "D"

FRONTERA COMALAPA CHIAPAS

4 DE JULIO DE 2020

LA PUBLICIDAD

Ocupa un lugar importante tanto para empresas como para consumidores en una economía de mercado.

Marketing Directo.

El marketing directo es una forma de hacer marketing, es un sistema interactivo de marketing que utiliza uno o más medios publicitarios para conseguir una determinada transacción económica

Las características y ventajas del marketing

Es medible. Es personalizable. Ayuda a crear bases de datos. Lleva la «tienda» a casa. Fidelización. Es interactivo. Posibilidad de evaluar las estrategias comerciales. Cuenta con las redes sociales como perfectas aliadas.

Elementos Básicos.

Análisis de la situación de las empresas. Dónde está el público objetivo. Conocer a la competencia. Plantear objetivos. Dividir para vencer. Adaptación. Ejecución

Pilares de la publicidad

El mailing

es la publicidad directo que envían las empresas a los contactos que tienen en su base de datos. Hoy en día muchas empresas utilizan el correo electrónico para enviar su mailing.

El email-marketing se basa

en enviar correos electrónicos a clientes actuales o potenciales.

Objetivo de las campañas de

en enviar publicidad de manera masiva por correo convencional o electrónico, buscando sobre todo que llegue a cuantos más mejor

El Telemarketing.

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

Ventajas del Marketing Telefónico

Rapidez, interactividad, complemento, flexibilidad, oportunidad de ventas adicionales, servicio al cliente, obtención de información

Las características económicas del producto publicitario

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.,

elementos del mix de promoción,

Primero. - La publicidad necesita de un patrocinador
Segundo. - La publicidad tiene un costo
Tercero. - La publicidad tiene un público objetivo
Cuarto. - La publicidad tiene objetivos que cumplir