

Universidad del sureste



Acción promocional

I.d.s. Juan Jesús Agustín Guzmán

Medicina veterinaria y zootecnia 6° cuatrimestre

Alum. Misael Enríquez Molina

## Acción Promocional

11 de mayo

La mayoría de los estudios sobre los efectos de las Promociones en el Comportamiento del Consumidor se han realizado en estados Unidos y Gran Bretaña, siendo analizados los incentivos más utilizados en estos países, es decir, las reducciones en los precios, llegando a la situación de considerar el ahorro monetario como el único beneficio que motiva al Consumidor a participar en una promoción.

### Objetivos Generales de Estrategias promocionales:

- Fortalecerse frente a la Competencia
  - Incentivar estratégicamente el consumo de ciertos tratamientos.
  - Atraer nuevos Clientes
  - Fidelizar a los Clientes actuales.
  - Estimular a Consumir más de lo mismo o a probar Por primera vez nuevos productos y/o Servicios.
  - Dar a Conocer un producto y/o Servicio nuevo.
- Son actividades de promoción de ventas las rebajas, Saldos, liquidaciones, etc., o lo que es lo mismo, Comprar a precio muy reducido Ropa, calzado, o Complementos,

incluso muebles, o electrodomestico.

Las Cuatro principales herramientas promocionales son las que se describen a continuación:

- Publicidad: Cualquier forma pagada de presentación y promoción, no personal, de ideas, bienes o servicios por un patrocinador bien definido.
- Promoción de ventas: incentivos de corto plazo para alentar las compras o ventas de un producto o servicio.
- Relaciones publicas: la creación de buenas relaciones con los diversos públicos de una compañía, la creación de una buena "imagen de corporación", y el manejo de desmentido de rumores, historias o acontecimientos negativos.
- Merchandising: El conjunto de actividades que se realizan en un punto de venta para mejorar las mismas.

### Actividades de promoción de ventas

- Ventas en rebajas → Los productos rebajados deben haber estado al menos durante un mes dentro de la oferta habitual.
- Ventas de saldos (los defectuosos)
- Ventas en oferta o promoción (Dar a conocer el nuevo producto)
- Ventas en liquidación (extintiva)
- Ventas con obsequio o con primas
- Oferta de venta directa (mayorista)

Merchandising es el Conjunto de operaciones efectuadas dentro del PDV, que tiene como objetivo colocar el producto Correcto, en la Cantidad Correcta, con el precio Correcto, en el tiempo Correcto, con una presentación visual impecable y dentro de una exposición Correcta.