



Erick Eduardo Cabrera Pola.

Mabel Domínguez Jiménez.

Medicinas veterinarias zootecnistas.

Universidad del Sureste.

Campus Villaflores.

28/05/2021.

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. Estas acciones promocionales deben ser elaboradas por expertos en la materia del [trade marketing](#), pero, además, deben estar hechas a la medida del local comercial donde se desea aplicar, puesto que antes de ejecutar la misma, debe efectuarse un estudio del mercado de la posible reacción de los clientes y del impacto que esta acción promocional puede generar frente a la competencia. En la práctica no basta que un producto sea bueno, pues por muy bueno que sea, si no recibe la promoción debida, ni siquiera podrá ser conocido por los potenciales clientes. En el mercado existe un sin número de productos de excelente calidad, que arrojaban excelentes resultados comerciales y que, además, eran de características superiores a la competencia, pero que por razones de falta de comercialización o falta de promoción, los mismos nunca lograron obtener el éxito.

De ahí la premisa comercial que no basta que un producto sea bueno para que se venda como pan caliente, vemos que en la actualidad existen productos no tan buenos que tienen mejor posicionamiento y mayores ventas que productos de mayor calidad, pero así es el **merchandising**.

Revisa la competencia

Una de las primeras cosas que se debe verificar a la hora de establecer una promoción es lo que se trama la competencia, ya que para que tu promoción sea exitosa debe ser mejor que cualquier otra que ya exista en el mercado, o por lo menos, brindar similares beneficios a los clientes. Pero nunca la promoción puede ser inferior, ya que la misma perdería su efecto.

Los promotores o azafatas

Una excelente opción para promocionar en un local comercial es contar con la presencia de personal capacitado en ventas, que sepa promocionar el producto y que le brinden una buena imagen, para ello, es esencial contar con un grupo de promotores o azafatas que sepan ofertar al público la mercancía. Lo ideal es que porten vestimenta con los colores corporativos de la empresa o del producto a promocionar, esto llamará la atención del público y despertará el estímulo de compra.

Las necesidades de los puntos de venta

Es importante conocer las necesidades de los puntos de venta porque en base a ello es que se ejecutarán las estrategias promocionales. Para esto, hay que hacer un estudio previo del mercado y de la circulación de la mercancía, como también, medir el impacto de la promoción en los clientes y como esta puede mejorar el volumen de ventas. Así, se determinan cuáles son los productos o categorías de productos que requieren la promoción y cuales pueden mantenerse en su estatus

¿Qué es Marketing Promocional?

En la actualidad, existe una ardua competencia en las ventas, por lo que es razonable pensar que en ocasiones necesitaremos darle un empujón a nuestro producto o servicio para estimular la compra.

Ahí es donde entra el Marketing Promocional, el cual se encarga justo de eso, de destacar tu marca y ofrecer ese algo que logre la conexión con el comprador.

En otras palabras, Marketing Promocional hace referencia a diversas acciones y gestiones que impulsan el interés, decisión de compra y lealtad, tanto de clientes actuales como de los atraídos por la promoción.

Este tipo de mercadotecnia logra su objetivo a través de acciones, tales como:

descuentos;

ofertas;

regalos;

cupones;

programas de lealtad;

muestras gratuitas de productos;

pack promocionales;

emails automatizados;

contenidos relevantes como blog posts y e-books;

sorteos;

entre otros.

7 ventajas del Marketing Promocional para las empresas

Como estrategia de negocios, el Marketing Promocional tiene ventajas increíbles. A continuación te explicaremos 7 de ellas:

1. Atrae nuevos clientes

Al hacer una promoción extra se logra despertar la curiosidad de nuevos consumidores.

Además, con el Marketing Promocional, ahorras dinero de campañas publicitarias y Marketing Digital.

2. Fideliza clientes ya existentes

Este tipo de Marketing refuerza el engagement entre la empresa y sus clientes. Y, al hacer promociones interesantes, los consumidores tendrán a tu marca como opción número uno.

3. Logra embajadores de marca

Con el Marketing Promocional las personas alcanzadas por la estrategia pueden convertirse en embajadores de marca.

De esta manera, conseguirás personas que recomienden tu producto o servicio a sus amigos y familiares.

4. Forma una base sólida de clientes

La calidad de lo que ofreces y el costo son primordiales, así que tenlos siempre en cuenta y verás que tus clientes estarán dispuestos a conocer más productos o servicios de tu empresa.

5. Maximiza los ingresos

Una buena promoción puede disparar las ventas, ya sea porque ese menor precio pudo dar acceso al producto a más consumidores.

O, incluso, si el producto es nuevo en el mercado, la promoción logrará que los clientes se animen a probarlo.

6. Logra el buen posicionamiento de la empresa

A pesar de que no es una estrategia de temporadas largas, si el consumidor compró el producto y cumplió sus necesidades y expectativas, seguirá buscándolo aunque ya no se encuentre en promoción.

7. Disminuye el costo de publicidad

Al utilizar una estrategia de marketing promocional, la empresa se beneficia de publicidad a un costo muy bajo.