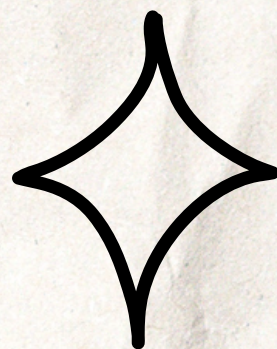


UDS

universidad del sur

1 profesor:

Gerardo garduño



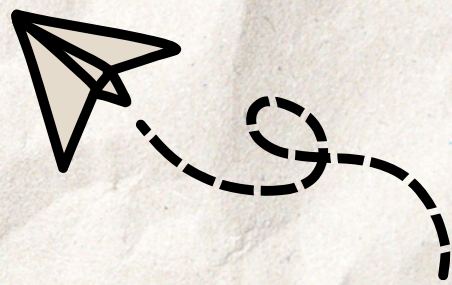
2 alumna:

Nelly Janeth



3 materia:

Acción promocional



4 actividad:

super nota



5 grado y grupo:

VI cuatrimestre "A"



6 Comitán de

dominguez chiapas a

19 de mayo del 2022

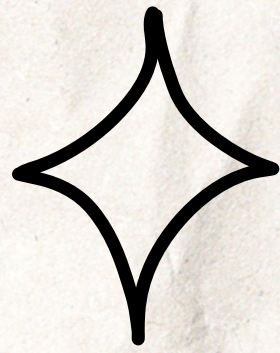


LA PROMOCION

y sus generalidades

1 promoción de ventas

Las compañías requieren de campañas promocionales para permanecer en el mercado. En la aguerida competencia actual por el dominio de mercados, la promoción de ventas es una rama de la mercadotecnia sumamente importante e indispensable para que las ventas reporten una mejor productividad.



2 objetivos de la promoción

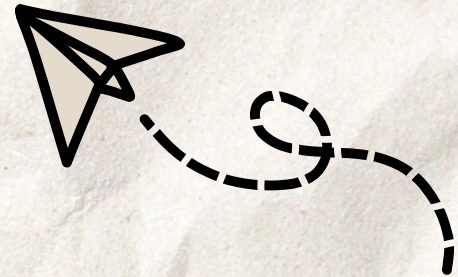
tiene tres objetivos: Comunicación: se gana atención y a menudo provee información que puede conducir al consumidor hacia el producto.

Incentivo: se agrega alguna concesión, inducción o contribución diseñada para dar un valor adicional al que tiene el producto en un principio.

Invitación: se incluye una invitación para comprometer al consumidor a que compre en ese momento.

3 Situaciones que sugieren el uso de la promoción de ventas

Evitar Fluctuaciones en las ventas
, Incrementar las ventas, Lanzamiento de nuevos productos,
Frenar las acciones de la competencia, La batalla en el canal de venta, etc.

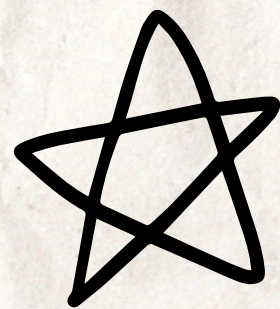


4 actividades promocionales

Rebajas.
Saldos.
Liquidaciones.
Ofertas con obsequio.
Ofertas de venta directa.
Ofertas de promoción.

5 ofertas

La oferta se define como el medio promocional que ofrece al consumidor cierta rebaja del precio marcado en el artículo.



6 premios o regalos

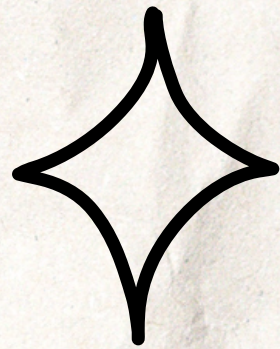
Los premios o regalos son artículos gratuitos diferentes al producto original que se dan a los compradores como incentivo para la adquisición de algún producto, estos pueden ser gratis con la compra o estar disponible con una prueba de compra y un pago.

LA PROMOCION

y sus generalidades

1 CONCURSOS

Acciones realizadas por el fabricante con el fin de estimular la demanda final exigen que los participantes compitan por el premio empleando alguna habilidad o destreza y siguiendo las bases del mismo.

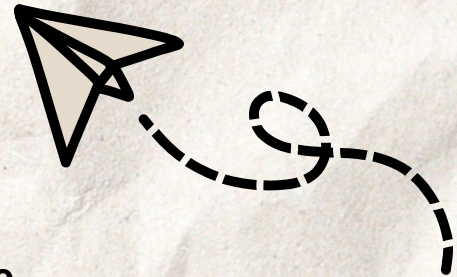


2 muestras

Las muestras como medio de promoción de ventas son el ofrecimiento real de una prueba gratis de un producto de reciente aparición a los consumidores.

3 promociones corporativas

La promoción Empresarial es un factor decisivo al momento de posicionar un producto o marca. Si la Empresa ya ha identificado el grupo de clientes potenciales ya sea para promoción, lanzamiento de nuevos productos o simplemente souvenir corporativo, necesitará de un producto promocional que llegue al mercado objetivo



4 Promociones Cruzadas.

Una promoción cruzada es la técnica de comercialización donde dos empresas o más se unen para alcanzar un mercado de consumo más amplio. Esta técnica las ayuda a aumentar el número de personas a quienes están tratando de vender y ayuda a lograr mayores utilidades

5 Ferias, exposiciones y outlet

Una feria, es un punto de encuentro entre la oferta (prestadores de servicios y productos) y la demanda (compradores o consumidores) de una localidad, municipio, región, país o inclusive romper las fronteras y acercarse a nuevos posibles demandantes a nivel internacional.



6 El Merchandising y tipos

El Merchandising surgió con la aparición de las actividades en establecimientos comerciales, ligada al cambio del comercio tradicional en comercio de libre servicio, tipos: Merchandising de organización. Merchandising por gestión. Merchandising de seducción y animación.