



# LA ACCIÓN PROMOCIONAL



## La promoción de ventas

Es una rama de la mercadotecnia sumamente importante e indispensable para que las ventas reporten una mejor productividad. Los medios de comunicación masiva: televisión, radio, prensa, son elementos muy importantes para orientar al consumidor acerca de determinado producto.



## OBJETIVOS DE LA PROMOCIÓN DE VENTAS.

Son tres objetivos fundamentales, los cuales regulan las relaciones de intercambio entre los consumidores y los fabricantes: Comunicación: se gana atención Incentivo: se agrega alguna concesión, inducción o contribución diseñada. Invitación: se incluye una invitación para comprometer al consumidor a que compre en ese momento



## 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, Conseguir nuevos clientes ,actuar como gancho...



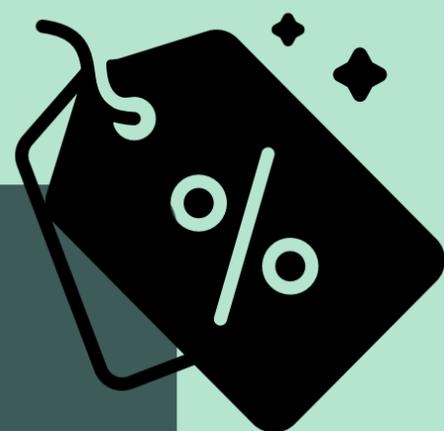
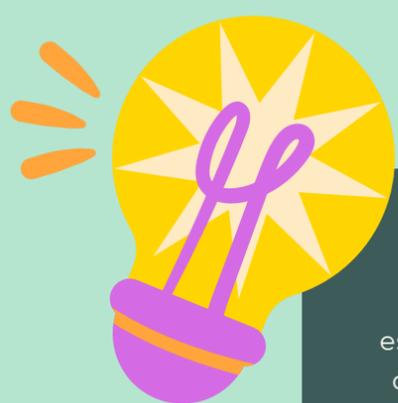
## ACTIVIDADES PROMOCIONALES.

son aquellas que dan a conocer un producto o servicio útil para el público, el cual les agrada y sea beneficiario para ellos y para la empresa así como los trabajadores, las actividades consisten buscar pensar y realizar estrategias para que el nombre de la empresa se desee (Rebajas, Saldos, Liquidaciones, Ofertas con obsequio, Ofertas de venta directa, Ofertas de promoción).



## OFERTAS

es el medio promocional que ofrece al consumidor cierta rebaja del precio marcado en el artículo. El propósito básico de la oferta es estimular directamente a los minoristas a manejar la mercancía de un fabricante



# LA ACCIÓN PROMOCIONAL



## Premios o regalos

son artículos gratuitos diferentes al producto original que se dan a los compradores como incentivo para la adquisición de algún producto, El objetivo de estos es convencer al cliente de comprar un determinado producto inmediatamente que lo ve.



## CONCURSOS

Son 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.



## RIFAS Y SORTEOS

Son aquellas actividades que proporciona el fabricante a los consumidores la oportunidad de ganar algo, como dinero en efectivo, viajes o mercancía, sea por medio de la suerte o de un esfuerzo adicional, la posibilidad de obtener el premio depende del azar



## 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.

## PROMOCIONES CORPORATIVAS.

El objetivo fundamental de las comunicaciones corporativas es: Crear, mantener o ampliar, la credibilidad, la admiración y el sentido de identidad hacia la empresa.

