

**Nombre de alumnos:** Williams Jose Luis Cruz Cruz

**Grado:** 6

**Nombre del profesor:** GERARDO  
GARDUÑO ORTEGA

**Materia:** LMV604-1 - ACCION  
PROMOCIONAL

**Nombre del trabajo:** Super nota, LMV604-1 - ACCION PROMOCIONAL

PASIÓN POR EDUCAR

**Grupo:** Medicina veterinaria y Zootecnia

Comitán de Domínguez Chiapas a 22 de mayo 2022.

# 1. La Acción Promocional.

## 1.1. La 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.



### 1.1.1. Objetivos de la promoción de ventas.

La promoción tiene tres objetivos fundamentales, los cuales regulan las relaciones de intercambio entre los consumidores y los fabricantes:



Los medios de comunicación masiva: televisión, radio, prensa, etc, son elementos muy importantes para orientar al consumidor acerca de determinado producto. Sin embargo, éste no se puede demostrar en forma práctica para que motive de una manera inmediata su compra



- 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.

# 1. La Acción Promocional.

## 1.1.2. Situaciones que sugieren el uso de la promoción de ventas.

□ Evitar Fluctuaciones en las ventas. Al igual que en la relación entre el fabricante y los intermediarios, las promociones pueden ayudar a suavizar las estacionalidades a que están sujetos determinados productos animando su venta en los periodos de menor demanda.

□ Incrementar las ventas. Al desarrollarse en un periodo limitado de tiempo, es muy fácil calcular el incremento en las ventas producido durante el mismo.



## 1.2. Actividades Promocionales.

Se considera actividad promocional de venta toda actuación imputable al comerciante minorista que sea objetivamente apta para suscitar en el consumidor final la imagen



Algunos ejemplos de actividades promocionales de venta son: □ Rebajas. □ Saldos. □ Liquidaciones. □ Ofertas con obsequio. □ Ofertas de venta directa. □ Ofertas de promoción.



## 1.3. 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.

# REFERENCIAS

Sureste, D., & Promocional, A. (s/f). Com.mx. Recuperado el 23 de mayo de 2022, de <https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LMV/b95d670a94bd6e301cboea341b6d1b34-LC-LMV6o4.pdf>