UNIVERSIDAD DEL SURESTE

NOMBRE DEL ALUMNO: Valeria Gutiérrez

Gutiérrez

NOMBRE DEL PROFESOR:

MATERIA: Acción Promocional

GRADO 6º

12 de julio 2022

OBJETIVOS DE LA PROMOCION: SITUACIONES QUE SUGIEREN EL USO PROMOCION DE VENTAS: DE LA PROMOCION DE VENTAS: SON HERRAMIENTAS Y ESTRATEGIAS PARA LA COMPRA O ADQUISICION DE UN CUANDO EL NUMERO DE CLIENTES QUE EN EL SECTOR COMERCIAL COMPRA UN PRODUCTO ES INSUFICIENTE **OFERTAS:** 1.- PORCENTAJE DE DESCUENTO **ACTIVIDADES PROMOCIONALES:** 2.- REDUCCION DEL PRECIO 3,.- 2 X 1 4.- DESCUENTOS DE CANTIDAD OFERTA O PROMOCION, LAS VENTAS DE 5.- ENVIOS GRATUITOS SALDOS, LAS VENTAS EN LIQUIDACION **RIFAS Y SORTEOS: PREMIOS O REGALOS:** LA ACCION PROMOCIONAL SON HERRAMIENTAS DE LA PROMOCION PATRONES QUE DEFINAN QUIEN PUEDA DE VENTAS QUE CONSISTE EN ARTICULOS **CONSEGUIR EL PREMIO** PROMOCIONES CORPORATIVAS: **MUESTRAS:** TIENE COMO OBJETIVO LLEVAR AL TOPE COINSISTE EN LA ENTREGA O REPARTO DE LAS VENTAS, INCENTIVANDO A SUS MUESTRAS O REPRODUCCIONES DEL CLIENTES POTENCIALES O REALES CON PRODUCTO QUE SE HA DE PROMOCIONAR LOS DIFERENTE MEDIOS DE PROMOCION QUE EXISTE APLICANDOLAS COMPRA FERIAS, EXPOSICIONES, YOUTLET PROMOCIONES CRUZADAS: EL TERMINO SE REFIERE CUANDO DOS O MAS EMPRESAS O MARCAS COLABORAN JUNTAS PARA ATRAER CLIENTES, AL APROVECHAR LA INCERCIA Y EL NICHO LANZAR PRODUCTOS, ESTUDIAR EL DE CADA UNA MERCADO, VISITAR Y SER VISITADO POR **EL MERCHANDISING:** TIPOS DE EL MERCHANDISING: ES EL CONJUNTO DE OPERACIONES

EFECTUDAS DENTRO DEL PDV QUE TIENE

COMO OBJETIVOCOLOCAR EL

PRODUCTO CORRECTO, EN LA CANTIDAD

CORRECTA, CON EL PRECIO CORRECTO, EN EL TIEMPO CORRECTO, CON UNA

PRESENTACION VISUAL IMPECABLE

1.- STOPPER

2.- WOBBLER

4.- CLIP STRI

3.- ADHESIVO DE PISO

6.- BANNER PROMOCIONAL