

# **ENSAYO**

## **ACCION PROMOCIONAL**

Icel Bernardo Lepe Arriaga

### **PRESENTA EL ALUMNO:**

**Alejandro Pat Rodríguez**

### **GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:**

**6° Administración de Empresas**

**Frontera Comalapa, Chiapas**

**Julio, 2022**

## “LA ACCION PROMOCIONAL”

Promoción es la acción de promocionar una persona, cosa, servicio, etc. Tiene como objetivo promover y divulgar productos, servicios, bienes o ideas, para dar a conocer y persuadir al público de realizar un acto de consumo. Es por eso que en este ensayo se abordara subtemas de mayor importancia sobre como tener una buena productividad.

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, etc., son elementos muy importantes para orientar al consumidor acerca de determinado producto.

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

- **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.

La promoción cuenta con un gran número de consecuencias positivas, como ayudar a regular la demanda de los productos, inducir a probar los productos y aumentar el placer de compra.

Se considera actividad promocional de venta toda actuación imputable al comerciante minorista que sea objetivamente apta para suscitar en el consumidor final la imagen de que, adquiriendo los artículos objeto de esta, obtendrá una reducción en su precio respecto del anteriormente practicado por el comerciante o del anterior o del actualmente aplicado por sus competidores, condiciones más favorables que las habituales o cualquier otro tipo de ventaja económica. Entre estas actividades tenemos de ejemplo lo siguiente:

\*Rebajas, Saldo, Liquidaciones, Ofertas con obsequio, Ofertas de ventas directas, Ofertas de promoción.

¿Qué es la oferta?

La oferta se define como el medio promocional que ofrece al consumidor cierta rebaja del precio marcado en el artículo, en si la oferta es estimular directamente a los minoristas a manejar la mercancía de un fabricante. Son pagos directos, ya sea en efectivo o mercancía.

Existen 4 tipos básicos de ofertas;

\***Bonificaciones de compra:** Es una oferta simple y a corto plazo de una determinada cantidad de dinero por cierto volumen de producto comprado.

**\*Cuenta y recuenta:** Es la oferta de cierta cantidad en efectivo por cada unidad de mercancía que salga de la bodega de un mayorista o minorista durante un periodo especificado.

**\*Bonificación de recompra:** Sigue inmediatamente a otra oferta y ofrece una cierta cantidad de dinero en efectivo por nuevas compras apoyadas en las compras hechas con base en la primera oferta.

**\*Mercancías gratuitas:** Es una oferta de cierta cantidad sin costo de producto mayorista o minorista, pero que depende de la compra de una cantidad establecida del mismo producto o de otro.

Como en cada empresa siempre habrá algunas sorpresas por cada producto que el consumidor compre, ya que esto los incita a que sean clientes frecuentes en la empresa;

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. El objetivo de estos es convencer al cliente de comprar un determinado producto inmediatamente que lo ve. Estos se regalan a los clientes a cambio de una compra u otra acción, como una visita a la tienda o una prueba de manejo; también son llamados como recompensas que se dan con condiciones. Estos se encuentran entre los incentivos de venta más comunes.

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.

Las muestras pueden consistir en:

- Un ejemplar del mismo tamaño del producto en promoción.
- Una miniatura o reproducción a pequeña escala de este.
- Una porción del producto.

En conclusión, considero que la promoción sobre algún producto o servicio es algo muy importante ya que de ahí pueden partir para incrementar las ventas de manera gradual a corto y mediano plazo, por lo tanto, la publicidad es otra herramienta que lleva del mano a la promoción, pero esta es a plazo más largo y se buscan algunas veces otro tipo de objetivos, también se busca, ya sea, persuadir, informar o recordarles a los clientes, algo a cerca de sus productos o servicios, esto con motivo de llamar la atención de los clientes hacia su organización, alzar las ventas de un producto en especial, posicionar la marca de un producto nuevo.