



Nombre de alumno: Mario Paolo Solano Hdez

Nombre del profesor: Gerardo Garduño

Nombre del trabajo: Super Nota

Materia: Administración estratégica

Grado: 7mo cuatrimestre.

ESTRATEGIA DE PROMOCION DE VENTAS

¿QUÉ ES LA PROMOCIÓN?

Es el paso dentro del proceso de la mercadotecnia que incluye a la PUBLICIDAD, PROMOCIÓN y PROPAGANDA

Promoción de ventas

La promoción de ventas es aquel conjunto de actividades que, mediante la utilización de incentivos materiales o económicos (premios, regalos, cupones, descuentos, mayor cantidad de producto, etc.),

FUERTE DE MOSTRADOR

Consiste en la colocación de vendedores en los establecimientos para abordar a los compradores potenciales.

CUENTO Y RECUENTO

Consiste en impulsar el movimiento de stock de los mayoristas hacia los detallistas ofreciendo a los primeros incentivos por cada caja de producto vendida

BRIGADAS DE DISTRIBUCIÓN

Grupo de promotores de venta uniformados, transportados en un vehículo en conjunto de un supervisor.

BLITZ DE DISTRIBUCIÓN

Son camionetas rotuladas con la misma imagen de la marca, producto y/o mensajes publicitarios.

Cupones publicitarios

Los cupones son una herramienta que te permite otorgar un porcentaje de descuento, un descuento por un monto fijo, o bien, bonificar el envío de la compra.

Organiza una ronda de comentarios

Organiza grupos de discusión y tiempo de revisión con los clientes para identificar los elementos que se deban cambiar.



Promocion de las 4 "P"

Las 4 "P" representan el producto, el precio, el punto de venta o plaza y la promoción, los cuatro factores principales que los especialistas en marketing deben tener en cuenta al diseñar su estrategia de campaña. La estrategia de marketing debe: Comunicar lo que el producto proporcionará al cliente.