



## MAPA CONCEPTUAL

**NOMBRE DEL ALUMNO:** Jordi Arturo Maldonado Robledo

**TEMA:** LA ACCIÓN PROMOCIONAL

**PARCIAL:** 2

**MATERIA:** ACCIÓN PROMOCIONAL

**NOMBRE DEL PROFESOR:** ICEL BERNARDO LEPE ARRIAGA

**LICENCIATURA:** Administración de Empresas

**CUATRIMESTRE:** 6

# LA ACCIÓN PROMOCIONAL

## PROMOCION DE VENTAS

La promoción de ventas es una rama de la mercadotecnia sumamente importante e indispensable para que las ventas reporten una mejor productividad.

## 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 de que, adquiriendo los artículos objeto de la misma, obtendrá una reducción en su precio.

### Objetivos de la promoción de ventas

#### 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.

### 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

### Ofertas

La oferta se define como 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.

### Premios o regalos

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.

### 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.