



**Nombre de alumno:** Josue Alfredo Diaz Sanchez

**Nombre del profesor:** Icel Bernardo Lepe

**Nombre del trabajo:** mapa conceptual

**Materia:** Accion promocional

**Grado:** 6to cuatrimestre

**Grupo:** A

Frontera Comalapa, Chiapas a 5 de julio del 2023.

La Acción Promocional.

La promoción de ventas

Actividades Promocionales

Concepto, tipos de premios o regalos, ventajas, desventajas y operatividad.

Concepto, tipos de rifas y sorteos, ventajas, desventajas y operatividad.

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.

- Rebajas.
  - Saldos.
  - Liquidaciones.
  - Ofertas con obsequio.
  - Ofertas de venta directa.

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.

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

.Objetivos de la promoción de ventas.

Concepto, tipos de ofertas, ventajas, desventajas y operatividad

Tipos de premios o regalos

Tipos de sorteo y Operatividad.

Comunicación  
Incentivo  
Invitación

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 a manejar la mercancía de un fabricante. Son pagos directos, ya sea en efectivo o mercancía.

- Premios para aumentar el tráfico.
- Premios de continuidad
- Premios dentro o en el empaque
- Premios auto-liquidables.

Directos.  
Mezcla Premio-sorteo.  
Sorteo de aprendizaje programado.

Situaciones que sugieren el uso de la promoción de ventas

Tipos de ofertas y operatividad.

Concepto, tipos de concursos, ventajas, desventajas y operatividad.

Ferias, exposiciones y outlet.

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.

- Bonificaciones de compra.
- Cuenta y recuenta.
- Bonificación de recompra
- Mercancías gratuitas.

Acciones realizadas por el fabricante con el fin de estimular la demanda final exigen que los participantes compitan por el premio empleando alguna habilidad o destreza y siguiendo las bases del mismo.

Una feria, es un punto de encuentro entre la oferta (prestadores de servicios y productos) y la demanda (compradores o consumidores) de una localidad, municipio, región, país o inclusive romper las fronteras y acercarse a nuevos posibles demandantes a nivel internacional.

Incrementar las ventas.

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

