



Mi Universidad

S Ú P E R N O T A

NOMBRE DEL ALUMNO: MAKEYLA MARTÍNEZ LÓPEZ

NOMBRE DEL TEMA: MARKETING DIRECTO

PARCIAL: NO. 2

NOMBRE DE LA MATERIA: ACCIÓN PROMOCIONAL

NOMBRE DEL PROFESOR: CARLOS EDUARDO MORALES

**NOMBRE DE LA LICENCIATURA: MEDICINA VETERINARIA Y
ZOOTECNIA**

CUATRIMESTRE: NO. 6



MARKETING DIRECTO



¿QUÉ ES EL MARKETING DIRECTO?

Se puede definir como el conjunto de técnicas que facilitan el contacto inmediato y directo con el posible comprador, a fin de promover un producto, servicio, idea, empleando para ellos sistemas de contacto directo.



TELEMARKETING

Es una técnica de marketing directo que abarca la comunicación personal con tu público objetivo a través del medio telefónico que ofrece múltiples ventajas para incrementar las ventas de tu negocio.



VENTAJAS

- Trato directo con el cliente
- Respuesta inmediata del cliente
- Base de datos enriquecida
- No hay intermediarios
- Llamadas desde cualquier parte

DESVENTAJAS

- Gestión del tiempo correctamente
- en ocasiones las llamadas no son bien recibidas
- entra en juego la reputación de la empresa

