



Mi Universidad

Super notas

Nombre del Alumno: Ingrid Yosabet Anzueto Reyes

Parcial: 2

Nombre de la Materia: Acción Promocional

Nombre del profesor: Carlos Eduardo Morales Hernandez

Nombre de la Licenciatura: Medicina Veterinaria y Zootecnia

Cuatrimestre: 6°

MARKETING

DIRECTO

¿QUÉ ES?

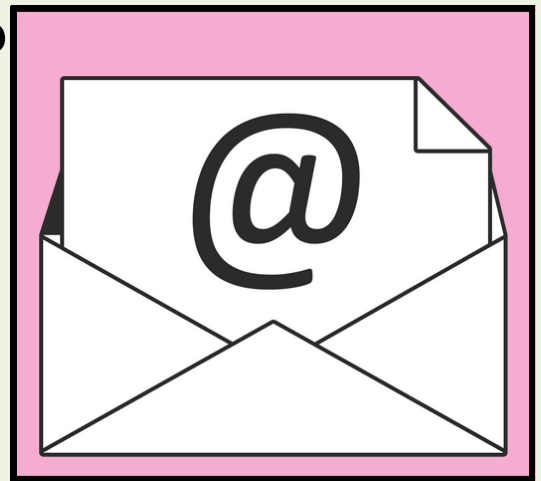


- CONJUNTO DE TECNICAS QUE FACILITAN EL CONTACTO INMEDIATO Y DIRECTO CON EL POSBLE COMPRADOR.
- SU ESENCIA ESTÁ EN LA RELACIÓN UNIPERSONAL, EN EL «CLIENTE INDIVIDUALIZADO», QUE SERÁ SATISFECHO A TRAVÉS DE UN PROGRAMA DE COMUNICACIÓN COMERCIAL AJUSTADO ESTRECHAMENTE A SUS NECESIDADES.

¿QUÉ ES EL MAILING?

MAILING ES LA PUBLICIDAD DIRECTO QUE ENVÍAN LAS EMPRESAS A LOS CONTACTOS QUE TIENEN EN SU BASE DE DATOS. HOY EN DÍA MUCHAS EMPRESAS UTILIZAN EL CORREO ELECTRÓNICO PARA ENVIAR SU MAILING, AUNQUE CONVIENE RECORDAR QUE NO ES LO MISMO EL MAILING MASIVO QUE EL EMAIL-MARKETING.

EL EMAIL MARKETING BUSCA CALIDAD MIENTRAS QUE EL MAILING BUSCA CANTIDAD.



SPAM

DIGAMOS QUE SON CORREOS MASIVOS QUE RECIBES SIN COMERLO NI BEBERLO

BUZONEO

REPARTO DE FOLLETOS PUBLICITARIOS O PROPAGANDA QUE SE DISTRIBUYEN A MANO POR LOS BUZONES.

MAILING

RECIBES CORREOS PORQUE HAS DADO A LA ENTIDAD QUE SEA TUS DATOS SABIENDO QUE TE LOS IBAN A MANDAR.

¿QUÉ ES EL TELEMARKETING?



EL TELEMARKETING ES UNA COMUNICACIÓN PERSONAL CON TU PÚBLICO OBJETIVO A TRAVÉS DEL MEDIO TELEFÓNICO QUE OFRECE MÚLTIPLES VENTAJAS PARA INCREMENTAR LAS VENTAS DE TU NEGOCIO.

A DIFERENCIA DE LAS COMUNICACIONES DIRECTAS A TRAVÉS DE MENSAJES DE CORREO ELECTRÓNICO O TELÉFONOS MÓVILES, EN EL MARKETING TELEFÓNICO SE ESTABLECE UNA CONVERSACIÓN PERSONAL ENTRE EL CLIENTE POTENCIAL Y TU EMPRESA.

Ventajas

- Trato directo con el cliente
- Respuesta inmediata del cliente
- El cliente puede recibir toda la información que desee.
- Costos bajos y medio accesible
- Base de datos
- No hay intermediarios
- Resultados inmediatos
- se puede llamar de cualquier parte
- Venta cruzada
- Evita el desplazamiento de personas

Desventajas

- Dependes del precio de las empresas
- Gestión del tiempo correctamente.
- No siempre las llamadas son bien recibidas .
- Depende del uso entra en juego la reputación de la empresa.
- El teleoperador tiene que estar preparado para cualquier situación

