



Mi Universidad

Nombre del Alumno: Carlos Alberto Hernández Sánchez

Nombre del tema: promoción de ventas

Parcial: 1°

Nombre de la Materia: acción promocional

Nombre del profesor: Carlos Eduardo Morales Hernández

Nombre de la Licenciatura: medicina veterinaria y zootecnia

Cuatrimestre: 6°

Comitán de Domínguez a 19-05-2022



Promoción de ventas

Promoción de ventas

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

Trasmitir mensaje que crea curiosidad e incentiva la compra



Comunicación

Objetivos



Atraer nuevos clientes, recompensar clientes leales usuario que intercambian marcas de acuerdo a la promoción.

Incentivo

Invitación

Tipos de consumidores

Cientes leales

Reforzar conducta, incrementar consumo, ejemplo: tarjeta de lealtad

Cientes de la competencia

Interrumpir lealtad, cambio de marcas, ejemplo: muestras, concursos, premios para despertar el interés

Compradores de marcas

Convencer de comprar tu marca con más frecuencia, ejemplo: cupones, descuentos y bonificaciones

Compradores de precio

Llamar la atención con precios bajos o proveer valor agregado que reste impotencia al precio

Situaciones que sugieren el uso de promociones y act. Promocionales.

Actuar como gancho

Evitar funciones en las ventas "estacionalidad baja"

Incrementar las ventas "periodo limitado de tiempo"

Lanzamiento de nuevos productos