



Mi Universidad

CUADRO SINÓPTICO

NOMBRE DEL ALUMNO: MAKEYLA MARTÍNEZ LÓPEZ

NOMBRE DEL TEMA: PROMOCIÓN DE VENTAS

PARCIAL: NO. 1

NOMBRE DE LA MATERIA: ACCIÓN PROMOCIONAL

NOMBRE DEL PROFESOR: CARLOS EDUARDO HERNÁNDEZ MORALES

NOMBRE DE LA LICENCIATURA: MEDICINA VETERINARIA Y

ZOOTECNIA

CUATRIMESTRE: NO. 6

PROMOCIÓN

de ventas

OBJETIVOS DE LA PROMOCIÓN DE VENTAS

- 1. Comunicación
- 2. Incentivos
- 3. Invitación

TIPOS DE CONSUMIDORES

- Clientes leales { Reforzar conducta e incrementar consumo.
- Clientes de la competencia { Interrumpir lealtad y cambio de marca.
- Compradores de marcas { Convencer de comprar tu marca.
- Compradores de ventas { Llamar la atención con precios bajos.

SITUACIONES QUE SURGIEREN EL USO DE LA PROMOCIÓN DE VENTAS

- Evitar Fluctuaciones en las ventas. ESTACIONALIDAD BAJA.
- Incrementar las ventas. PERIODO LIMITADO DE TIEMPO.
- Lanzamiento de nuevos productos.
- Frenar las acciones de la competencia.
- La batalla en el canal de venta. MINORISTA-AUTOSERVICIO.
- Conseguir nuevos clientes. TODO EL MERCADO.
- Actuar como "Gancho"

ACTIVIDADES PROMOCIONELES

venta de toda actuación imputable al comerciante minorista que sea objetivamente apta para suscitar en el consumidor final

- Ofertas
- Premios
- Concursos
- Rifas y concursos