



Mi Universidad

Cuadro sinóptico

Nombre del Alumno Daniela Yamile Domínguez Pérez

Nombre del tema PROMOCIÓN DE VENTAS

Parcial I

Nombre de la Materia Acción promocional

Nombre del profesor Carlos Eduardo Morales Hernandez

Nombre de la Licenciatura Medicina Veterinaria y Zootecnia

Cuatrimestre 6

Promoción de ventas

OBJETIVOS DE LA PROMOCIÓN DE VENTAS

- Comunicación
- Incentivo
- Invitación

Atraer nuevos clientes, recompensar clientes leales, usuarios que intercambian marcas de acuerdo a la promoción y los mas difíciles los usuarios que son leales a otras marcas.

TIPOS DE CONSUMIDORES Y METAS

- CLIENTES LEALES: Reforzar conducta, incrementar consumo, cambiar momento de compra
- CLIENTES DE LA COMPETENCIA: Interrumpir lealtad, cambio de marca.
- COMPRADORES DE MARCAS: Convencer. De comprar tu marca con más frecuencia.
- COMPRADORES DE PRECIO: Llamar la atención con precios bajos o proveer valor agregado que reste importancia al precio

SITUACIONES QUE SUGIEREN 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 PROMOCIONALES

Toda forma para que el consumidor adquiera un producto con una reducción de precio respecto al anterior o cualquier otro tipo de ventaja económica

Ejemplos de actividades promocionales de venta:

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