



Mi Universidad

Cuadro sinóptico

Nombre del Alumno Cristian Sebastián Hernández Gordillo

Nombre del tema acción promocional

Parcial I

Nombre de la Materia acción promocional

Nombre del profesor Carlos Eduardo Morales Hernández

Nombre de la Licenciatura mvz

Cuatrimestre 6

Acción Promocional

OBJETIVOS DE LA PROMOCION DE VENTA

El propósito de estos 3 objetivos son diversos: 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.

El propósito de estos 3 objetivos son diversos:

- Comunicación
- Incentivo
- Invitación

Tipos de consumidores

Cientes Leales
Reforzar conducta, incrementar consumo, cambiar momento de compra

Ejemplo; tarjeta de lealtad, puntos, premio por acumulación de compras

Cientes de la competencia
Interrumpir lealtad, cambio de marca.

Muestras, concursos premios para despertar interés por nuestro producto y marca.

Compradores de marcas
Convencer de comprar tu marca con mas frecuencia.

Ofrecer cupones para reducir precio, paquetes de descuento y beneficios = pactos comerciales.

Compradores de precio
Llamar la atención con precios bajos o proveer valor agregado que reste importancia al precio

Cupones. Descuento, promociones, mayor producto por mismo precio.

Acción Promocional

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

Se considera actividad promocional de venta toda actuación imputable al comerciante minorista que sea objetivamente apta para suscitar en el consumidor final la imagen de que, adquiriendo los artículos objeto de la misma, obtendrá una reducción en su precio

tienen 3 requisitos

- La publicidad: Debe especificar día inicial y día final
- Doble marcado de precio: se trata de descuento o rebaja se debe especificar precio anterior y actual
- Suficiencia de oferta: el comerciante minorista habrá de informar claramente sobre el número total de unidades objeto de la actividad

actividades promocionales de venta

- Rebajas
- Salvos Liquidaciones
- Ofertas con obsequio
- Ofertas de venta directa
- Ofertas de promoción
- Ofertas
- Bonificaciones de compra
- Cuenta y recuenta
- Bonificación de recompra
- Mercancías gratuitas