

UIDS

- **Nombre Del Alumno:** Jorge Ivan Morales Recinos
- **Nombre Del Profesor:** Lucero Del Carmen García
- **Materia:** Mercadotecnia
- **Licenciatura:** Administración Y Estrategias De negocios
- **Nombre del trabajo:** Mapa Conceptual
- **Parcial:** Final
- **Cuatrimestre:** 5to

Comitán de Domínguez, Chiapas a 05/de Abril/de 2024.

Estrategias de promoción

SON

Acciones planificadas y coordinadas que una empresa o una organización lleva a cabo para comunicar, informar, persuadir o recordar a su público objetivo sobre los productos, servicios o ideas que ofrece.

OBJETIVO

influir en el comportamiento del público objetivo para que tome acción

los objetivos principales de estas estrategias suelen incluir:

1. Aumentar la visibilidad de la marca: Las estrategias de promoción buscan incrementar el conocimiento y la percepción de la marca entre el público objetivo, lo que puede contribuir a fortalecer su posicionamiento en el mercado.

2. Impulsar las ventas: Uno de los objetivos principales de las estrategias de promoción es incrementar las ventas y el volumen de negocio de la empresa, ya sea a corto o largo plazo.

3. Fidelizar clientes: Las estrategias de promoción también pueden estar orientadas a mantener y fortalecer la relación con los clientes existentes, mediante programas de fidelización, ofertas exclusivas y comunicaciones personalizadas.

4. Diferenciarse de la competencia: Mediante mensajes y acciones promocionales únicas y distintivas, las empresas pueden destacarse en un mercado saturado y diferenciarse de la competencia.

5. Educar al público: En algunos casos, las estrategias de promoción tienen como objetivo informar y educar al público sobre características, beneficios o usos específicos de los productos o servicios ofrecidos.

6. Reforzar la imagen de la empresa: Las estrategias de promoción pueden contribuir a fortalecer la imagen y reputación de la empresa, transmitiendo valores, atributos y mensajes coherentes con su identidad de marca.

FORMAS DE PROMOCIONAR TUS PRODUCTOS

*REBAJAS Y OFERTAS:

Ofrece un descuento sobre el precio regular de los productos, o precios atractivos en paquetes de artículos.

EJEMPLO:

Zara, una conocida cadena de moda, aplica la estrategia de rebajas y ofertas en sus tiendas físicas y en línea durante temporadas específicas del año, como las rebajas de verano e invierno. Ofrecen descuentos significativos en una amplia gama de productos para atraer a los clientes y aumentar las ventas.



*CUPONES:

Brinda vales, ya sean físicos o digitales, para que el cliente pueda comprarte un producto con un descuento sobre el precio regular.

EJEMPLO:

Domino's Pizza utiliza cupones como parte de su estrategia de promoción. Envían cupones de descuento por correo directo, los distribuyen en folletos impresos y los publican en línea a través de su sitio web y aplicaciones móviles. Los clientes pueden canjear estos cupones para obtener descuentos en sus pedidos de pizza.



*DEMOSTRADORES:

Contrata personal que muestre cómo se usan ciertos productos. Una ventaja de esto es que los demostradores pueden ir de tienda en tienda.

EJEMPLO:

Sams Club emplea demostradores en sus tiendas para promocionar productos específicos. Por ejemplo, podrías encontrar demostradores ofreciendo muestras gratuitas de alimentos, bebidas o productos de cuidado personal a los clientes. Estas demostraciones ayudan a aumentar la conciencia sobre los productos y a influir en las decisiones de compra.



*PRUEBAS:

Da muestras del producto para que el consumidor conozca las características principales

EJEMPLO:

Apple utiliza la estrategia de pruebas en sus tiendas minoristas al permitir que los clientes prueben sus productos, como iPhones, iPads, MacBooks y Apple Watches, antes de realizar una compra.



*SORTEOS Y PREMIOS:

Ofrece premios a los consumidores que compren tus productos.

EJEMPLO:

Coca-Cola realiza sorteos y concursos como parte de sus campañas promocionales. Por ejemplo, podrían lanzar una promoción donde los clientes pueden participar en un sorteo para ganar premios como viajes, productos gratuitos o dinero en efectivo al comprar productos participantes de Coca-Cola y enviar códigos de barras o participar en línea.



*REDES SOCIALES:

Activa una cuenta en diferentes redes sociales, para dar a conocer los productos, de manera que los clientes los reconozcan en los puntos de venta.

EJEMPLO:

Starbucks emplea estrategias de promoción en redes sociales para interactuar con sus clientes y promocionar sus productos. Utilizan plataformas como Instagram, Twitter y Facebook para compartir contenido creativo, promociones exclusivas, concursos y eventos especiales, lo que ayuda a fortalecer la lealtad de la marca y atraer a nuevos clientes.



*PUBLICIDAD IMPRESA:

Puedes dar a tus clientes folletos con las promociones que ofreces en los artículos.

EJEMPLO:

IKEA utiliza publicidad impresa en forma de catálogos y folletos para promocionar sus productos y ofertas especiales. Distribuyen estos catálogos en tiendas, buzones y en línea, mostrando una variedad de productos junto con precios y promociones destacadas para atraer a los clientes a visitar sus tiendas o realizar compras en línea.



UNA BUENA PROMOCIÓN TE PERMITE:

Dar a conocer otros productos.

Introducir los productos ya establecidos en diferentes mercados.

Obtener ventas más rápidamente