



Mi Universidad

Mapa Conceptual.

Nombre del Alumno: Siomara Grisel Vázquez Gómez.

Nombre del tema: Estrategias de promoción.

Parcial: 4

Nombre de la Materia: Mercadotecnia.

Nombre del profesor: Lucero del Carmen García Hernández.

Nombre de la Licenciatura: Administración y Estrategia de Negocios.

Quinto Cuatrimestre.

Comitán de Domínguez, Chiapas, 6 de abril del 2024.

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

Permite

- Dar a conocer otros productos.
- Introducir los productos.
- Obtener ventas más rápidamente.

Rebajas y ofertas.

Ofrece

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

Ejemplo

El Palacio de Hierro y sus rebajas que llegan hasta la mitad del precio.



Paga dos vinos o licores y te llevas tres, cortesía de Julio Regalado, en Soriana.



Cupones.

Brinda vales

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

Ejemplo

Los cupones en Shein son descuentos que se pueden utilizar al momento de hacer compras en la tienda en línea. Estos descuentos permiten ahorrar dinero en prendas favoritas



En Temu pueden encontrarse varios cupones de descuentos los cuales se pueden obtener de manera gratuita.

Aplican descuentos y promociones a las compras realizadas dentro de la aplicación.



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

Sam's Club: usa demostradores que son los encargados de dar a conocer los productos de una marca con la finalidad de aumentar ventas.



Lala: Esta empresa de alimentos utiliza demostradores en tiendas de autoservicio para dar a conocer sus productos alimenticios.



Pruebas.

Da muestras

Del producto para que el consumidor conozca las características principales.

Esta

Forma de promoción puede ser muy costosa y no es conveniente para productos de existencias limitadas.

Ejemplo

L'OREAL PARIS: Le regala a los influencers sus mejores y más nuevos productos (gratis) porque quieren que den sus opiniones sobre el producto y lo recomienden.



ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

Sorteos y premios.

Ofrece

Premios a los consumidores que compren tus productos.

El objetivo

El objetivo es que el consumidor compre más productos para tener más oportunidades de ganar. También puedes ofrecer productos gratis en compras que rebasen cierto monto.

Ejemplo

Coppel: en la compra de una lavadora recibe un obsequio sorpresa.



Llantera Michelin tiene un descuento y además un obsequio sorpresa si te animas a comprar 4 llantas.



Redes Sociales.

Activa

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.

El objetivo

El objetivo de esta forma es que puedas comunicar las ofertas, concursos e información del producto a tus consumidores potenciales.

Ejemplo

Coca Cola: Es particularmente popular gracias a su interacción con sus followers. Constantemente suben desafíos y concursos para sus seguidores, con atractivas recompensas.



Kotex: la empresa de salud y belleza femenina han conseguido muchos seguidores por medio de las redes sociales. El contenido que predomina es una combinación de textos cortos con imágenes llamativas.

Publicidad impresa.

Se

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

Ejemplo

McDonald's: utiliza este recurso para atraer la atención de sus clientes. Podemos encontrar cartelería indicando donde se encuentra el McDonald's mas cercano.



Netflix: ha sido capaz de incluir pancartas publicitarias con el contenido que ofrecen.



BIBLIOGRAFÍA

Antología (UDS) Mercadotecnia.

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LAN/clc2913681932421e31457ef13b478d1-LC-%20LAN503%20MERCADOTECNIA.pdf>

Diapositivas.