

Sexto Cuatrimestre
ACCIÓN PROMOCIONAL

Super Nota Sobre

“Acción Promocional”

M.V.Z.: DAYANNE VÁSQUEZ OLIVO

E.M.V.Z.: BRAYAN FABIAN BARRIOS GUZMAN

25 DE MAYO DE 2024

ACCION PROMOCIONAL



¿QUÉ ES LA ACCION PROMOCIONAL?

La acción promocional se refiere a un conjunto de actividades y estrategias diseñadas para aumentar la visibilidad, atraer la atención y estimular el interés en un producto, servicio o marca. Estas acciones se utilizan para comunicar los beneficios y características del producto, incentivando a los consumidores a realizar una compra o participar en una determinada acción.

IMPORTANCIA

LA ACCIÓN PROMOCIONAL ES CRUCIAL PARA LAS EMPRESAS POR VARIAS RAZONES:



Incremento de Ventas:

Aumenta el conocimiento y la demanda de productos, lo que puede llevar a un incremento significativo en las ventas.

Fidelización de Clientes:

Las promociones pueden fortalecer la relación con los clientes existentes, incentivándolos a repetir sus compras.

Introducción de Nuevos Productos:

Facilita la introducción de nuevos productos al mercado, permitiendo que los consumidores los prueben y los conozcan.

Diferenciación de la Competencia:

Ayuda a destacar un producto frente a la competencia, resaltando características únicas o beneficios adicionales.

Despeje de Inventario:

Las promociones pueden ser utilizadas para liquidar inventarios antiguos o excesivos, liberando espacio para nuevos productos.

OBJETIVO

Los objetivos de las acciones promocionales pueden variar, pero algunos de los más comunes incluyen:

1. Aumentar la Visibilidad: Hacer que más personas conozcan el producto o servicio.
2. Generar Pruebas del Producto: Incentivar a los consumidores a probar el producto por primera vez.
3. Fomentar la Lealtad: Recompensar a los clientes habituales y fomentar la repetición de compras.
4. Incrementar las Ventas a Corto Plazo: Generar un impulso inmediato en las ventas durante el período de la promoción.
5. Mejorar la Imagen de la Marca: Posicionar la marca de manera favorable en la mente de los consumidores.



MÉTODOS PROMOCIONALES

1. Descuentos y Ofertas Especiales: Reducción temporal del precio del producto para atraer a los consumidores.
2. Cupones: Ofrecimiento de un descuento en la próxima compra mediante un cupón.
3. Muestras Gratis: Distribución de muestras gratuitas para que los consumidores prueben el producto sin compromiso.
4. Promociones Conjuntas: Colaboraciones con otras marcas para ofrecer productos combinados a un precio reducido.
5. Programas de Lealtad: Recompensas para los clientes que realizan compras repetidas.
6. Concursos y Sorteos: Incentivos donde los consumidores pueden ganar premios participando en concursos o sorteos.
7. Regalos con Compra: Ofrecimiento de un producto gratuito o a precio reducido con la compra de otro producto.
8. Publicidad en Medios: Uso de anuncios en televisión, radio, prensa y medios digitales para aumentar la visibilidad.

BIBLIOGRAFÍA:

[Marketing promocional: Qué es, como aplicarlo y ejemplos destacados \(neetwork.com\)](#)

Antología Acción Promocional. Universidad Del Sureste.
Tapachula, 2024.