



Nombre de alumno:

Carolina Yazareth Juarez Ruedaz

Nombre del profesor:

Salomon Vasquez Guillen

Nombre del trabajo:

supernota

Materia:

Accion promocional

Grado:

6°

Grupo:

B

Comitán de Domínguez Chiapas a
22 de mayo de 2024.

ACCIÓN PROMOCIONAL

MUESTRAS:



- Las muestras como medio de promoción de ventas son el ofrecimiento real de una prueba gratis de un producto. Las muestras pueden ser entregadas a la puerta de cada casa u ofrecerse para ser tomadas de los exhibidores de las tiendas, o bien, directamente a las empresas para su prueba.

Tipos de muestras:

- Muestras demostrativas del producto
- Muestras de juguetes
- Muestra para colección

ventajas y desventajas de muestras:

Ventajas: Muy eficaz en el lanzamiento de productos nuevos o innovados, Como útil apoyo a la publicidad para demostrar las ventajas de producto, su nuevo sabor, su aroma singular, su duración, etcétera, De particular eficacia en productos de bajo precio y alta rotación.

Desventajas: Elevado costo de la producción y del envío de muestras, El posible perjuicio de la imagen de marca y producto, puede ser fuerte en el caso de las muestras, incluso asociando a nivel psicológico profundo la idea de que se trata poco más que de un producto gratuito o, como mucho, de algo demasiado barato.



Promociones Corporativas



La promoción Empresarial es un factor decisivo al momento de posicionar un producto o marca.

El énfasis se hace sobre la imagen de la compañía más que en la venta de un producto específico. El objetivo fundamental de las comunicaciones corporativas es: Crear, mantener o ampliar, la credibilidad, la admiración y el sentido de identidad hacia la empresa.

Promociones Cruzadas.

Una promoción cruzada es la técnica de comercialización donde dos empresas o más se unen para alcanzar un mercado de consumo más amplio. Esta técnica las ayuda a aumentar el número de personas a quienes están tratando de vender y ayuda a lograr mayores utilidades.

Existen tres tipos de Promociones Cruzadas:

- De un solo sentido, de doble sentido y inversa.



Ventajas y desventajas de promociones cruzadas

ventajas: La penetración en el mercado es mayor, Atraen y comunican ya que captan la atención del consumidor, Crean un incentivo para comprar, Aumento en las ventas,, Incrementa el uso de ambos productos por los clientes actuales.

desventajas: Pueden producir un descontento en el consumidor, Se corre el riesgo de no sean adquiridos ambos productos porque al consumidor no le atraiga uno de ellos, Puede ocurrir que clientes roben uno de los productos si se da la promoción en hipermercados o tiendas de autoservicio.