



**Nombre de alumno:
Yazmin Lucero Gutierrez Sanchez**

**Nombre del profesor:
Salomon Vazquez Guillen**

**Nombre del trabajo:
Super nota**

**Materia:
Acción promocional**

**Grado:
6°**

**Grupo:
B**

**Comitán de Domínguez Chiapas a 22
de Mayo de 2024.**

LA ACCIÓN PROMOCIONAL

MUESTRAS

Las muestras como medio de promoción de ventas son el ofrecimiento real de una prueba gratis de un producto de reciente aparición a los consumidores.

- **Tipos de muestras:** Muestras demostrativas del producto, Muestras de juguetes, Muestra para colección.



VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE DAR MUESTRAS GRATIS



Ventajas:

- Contacto físico directo con el producto real, comprobando sus ventajas, su auténtico valor, y venciendo la resistencia al cambio de marca, sobre todo si se trata de clientes muy fidelizados.
- Muy eficaz en el lanzamiento de productos nuevos o innovados.
- De particular eficacia en productos de bajo precio y alta rotación.
- "Las muestras y cupones afectan al consumidor más rápidamente que las promociones con rebaja."

Desventajas:

- Elevado costo de la producción y del envío de muestras.
- No son adecuadas para artículos de baja rotación o de utilidades pequeñas.

Operatividad:

Las muestras tienen aplicaciones como el recordar o dar a conocer el producto o sus innovaciones y suscitar la prueba real del mismo, contrarrestar la poca fuerza de nuestra notoriedad e imagen de marca, atraer nuevas clientelas, entre otras.

PROMOCIONES CORPORATIVAS



- Es un factor decisivo al momento de posicionar un producto o marca. Si la Empresa ya ha identificado el grupo de clientes potenciales ya sea para promoción, lanzamiento de nuevos productos o simplemente souvenir corporativo, necesitará de un producto promocional que llegue al mercado objetivo.

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. Es una promoción donde el cliente se beneficia por la alianza entre dos o más empresas para atraer clientes a sus establecimientos, por medio de bonos, descuentos o puntos.

Existen tres tipos de promociones cruzadas: De un solo sentido, De doble sentido, Inversa.

Ventajas :

- Al presentar este tipo de promociones se dan a conocer ambos productos.
- La penetración en el mercado es mayor.
- Atraen y comunican ya que captan la atención del consumidor.
- Aumento en las ventas. Acelerar el desplazamiento de mercancías.
- Incrementa el uso de ambos productos por los clientes actuales.

Desventajas:

- Pueden producir un descuento 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.

Operatividad:

Las promociones cruzadas se realizan asociando un producto con otro.

