



UNIVERSIDAD DEL
SURESTE

Richard Jared Cruz
Ochoa

Bryan Jared Bentazos

Accion Promocional

Tapachula Chis

Bibliografia:
<https://www.unir.net/revista/marketing-comunicacion/estrategia-distribucion/>

4/05/25

Promoción

Promociones a Distribuidores

Las promociones a distribuidores son herramientas de marketing diseñadas para incentivar a los intermediarios como mayoristas, detallistas o minoristas a comercializar con mayor intensidad un producto o marca determinada.

Entre las formas más comunes de promociones a distribuidores están los descuentos por volumen, en los que se otorgan precios preferenciales si se alcanzan ciertos niveles de compra

También existen las bonificaciones por cumplimiento de metas, donde el distribuidor recibe un porcentaje extra de producto, premios o incentivos económicos si logra los objetivos establecidos por la marca

Otro tipo es el co-marketing, que consiste en compartir gastos publicitarios o promocionales entre el fabricante y el distribuidor para incrementar la visibilidad del producto en el punto de venta.

material publicitario (como carteles, displays, señalética, uniformes o demostradoras) o mejorar condiciones como plazos de pago, crédito o exclusividad por zona.

Estas acciones tienen como fin asegurar que los distribuidores mantengan el producto visible, con buen stock y dispuesto en las mejores condiciones para el cliente final.

La efectividad de estas promociones depende de una buena planeación, segmentación y evaluación.

Es importante que los distribuidores sientan que los beneficios son alcanzables y valiosos, de lo contrario, podrían optar por promocionar productos de la competencia.

Las promociones a distribuidores permiten generar compromiso, incrementar ventas, rotar inventario y consolidar una presencia sólida en el mercado a través de quienes tienen contacto directo con los puntos de venta. Son una pieza fundamental en el éxito comercial de una marca.

Promociones Especiales

Las promociones especiales son acciones temporales y llamativas diseñadas para aumentar las ventas o generar visibilidad de un producto en momentos concretos

Se caracterizan por su carácter limitado en el tiempo, su creatividad y su capacidad de llamar la atención del consumidor final.

Estas estrategias forman parte del marketing promocional y pueden ser decisivas para impulsar el consumo en fechas clave o frente a situaciones específicas del mercado.

Por ejemplo, durante temporadas de alta demanda como Navidad, Día del Amor y la Amistad, Día de las Madres o regreso a clases, las marcas diseñan campañas específicas que incluyen descuentos, regalos, productos temáticos o empaques conmemorativos.

También se implementan cuando se lanza un producto nuevo, se conmemora un aniversario de la empresa o se busca competir agresivamente frente a otra marca.

Además, las empresas utilizan cada vez más los canales digitales para promocionar estas ofertas, como redes sociales, aplicaciones móviles o sitios web, lo que les permite segmentar mejor al público objetivo y medir el impacto en tiempo real.

Una característica clave de las promociones especiales es que no son permanentes ni repetitivas. Se diseñan para generar urgencia, sorpresa o exclusividad. Esto activa el impulso de compra en los consumidores, ya que perciben que se trata de una oportunidad única.

Las promociones a distribuidores permiten generar compromiso, incrementar ventas, rotar inventario y consolidar una presencia sólida en el mercado a través de quienes tienen contacto directo con los puntos de venta. Son una pieza fundamental en el éxito comercial de una marca.