

UDS

Nombre de alumno: IVÁN DE JESÚS MORENO LÓPEZ

Nombre del profesor: SISSY ALEXANDRA YÁÑEZ PINTO

Materia: ACCION PROMOCIONAL

Grado: 6

Grupo: A

Comitán de Domínguez Chiapas a 24 de Mayo de 2025.

Acción promocional

¿Que es la promoción?

La promoción se refiere a un conjunto de acciones o estrategias que se utilizan para dar a conocer, mejorar o incrementar la venta de un producto o servicio. Generalmente, la promoción busca aumentar la visibilidad de una marca o producto y, a su vez, motivar a los consumidores a comprar.



Objetivos de las promociones

Algunos de los objetivos son:

*Aumentar las ventas

las ofertas 2x1 o las promociones de tiempo limitado buscan crear urgencia y motivar a los consumidores a comprar más rápido.

*Fidelizar a los clientes existentes

mantener la lealtad de los clientes actuales. A través de promociones exclusivas, programas de recompensas, o beneficios especiales

*Captar a nuevos clientes

"primera compra con descuento" busca crear un primer contacto con el consumidor"

*Competir en el mercado

En mercados saturados o muy competitivos, las promociones pueden ser una manera de diferenciarse de la competencia.

*Mejorar la imagen de la marca

Las promociones no solo sirven para aumentar las ventas; también son una herramienta útil para mejorar la imagen de la marca.

¿Qué situaciones sugieren el uso de la promoción de ventas?

*Se sugiere en temporadas bajas de venta según el producto ofertado, ya que tiende a bajar las ventas

*Cuando se quiere reducir el inventario estancado

*Introducir un nuevo producto

*Competencia fuerte en el mercado



¿Cuáles son las principales actividades promocionales y en qué consisten?

Descuentos y Rebajas

Los descuentos pueden ser porcentaje (por ejemplo, 20% de descuento) o fijos (por ejemplo, \$10 de descuento en una compra).

Objetivo: Atraer compradores que buscan precios más bajos o descuentos atractivos.

Ejemplo: Un 50% de descuento en productos seleccionados durante el mes de mayo.

Ofertas "2x1" o "Compra uno y llévate otro gratis"

Se ofrece un producto adicional de forma gratuita o a un precio reducido cuando el consumidor compra un artículo a precio completo.

"Compra una pizza grande y recibe otra gratis"

Concursos y Sorteos

La participación suele requerir que el consumidor compre un producto, complete un formulario o comparta contenido en redes sociales.

Ejemplo: Un sorteo de entradas para un concierto con la compra de un producto específico.